



# Ciudades Creativas®

( III ) jornadas fundación kreanta

**25 y 26 de noviembre de 2010**

Centro de Historia de Zaragoza

Plaza San Agustín, 2

Zaragoza

[www.kreanta.org](http://www.kreanta.org)

Organiza



Instituciones patrocinadoras



Instituciones colaboradoras



---

## **HORARIO DE LAS JORNADAS**

25 y 26 de noviembre de 2010

De 9.00 a 14.00 h y de 15.30 a 20.00 h

### **Comité Organizador**

**Dirección:** Félix Manito, Montserrat Pareja-Eastaway y José Ramón Insa. Consejo Asesor: Lluís Bonet; Javier Brun; Jesús Cantero; Xavier Cubeles; José Ramón Insa; Ferran Mascarell; Eduard Miralles; Pau Rausell; Fina Sitjes; Fernando Vicario; Ramón Zallo.

**Coordinación contenidos:** Carme Molero (Fundación Kreanta).

**Comunicación:** Julia López Madrazo (Ayuntamiento de Zaragoza).

**Secretaría técnica:** Beatriz Marbella (Fundación Kreanta) y Patricia Shelly (Ayuntamiento de Zaragoza).

### **BLOG, WEB Y REDES SOCIALES**

Las Jornadas disponen de un blog específico ([www.ciudadescreativas.org](http://www.ciudadescreativas.org)) que contiene información sobre ponentes y contenidos de las Jornadas. También en la web de la Fundación Kreanta ([www.kreanta.org](http://www.kreanta.org)) son accesibles los contenidos y videos de las I y las II Jornadas. Finalmente, las Jornadas están presentes en Facebook y Twitter.

Le agradeceríamos que rellanara el cuestionario de evaluación que encontrará en la carpeta. Una vez cumplimentado lo puede entregar al personal de la organización o bien hacérselo llegar a través de correo electrónico a [ciudadescreativas@kreanta.org](mailto:ciudadescreativas@kreanta.org).  
Le rogamos, escriba con letra clara.

---

**Jueves, 25 de noviembre**

**Ámbito: INDUSTRIAS CULTURALES  
Y CREACIÓN DE EMPLEO CULTURAL:  
PRÁCTICAS, POLÍTICAS Y FINANCIACIÓN**

09.30h - 14.00h

**Coordinador:**



Pau Rausell, *Profesor del  
Departamentode Economía  
Aplicada de la Universitat de València*

**Biografía:**

Doctor en Economía Aplicada. Es profesor titular del Departamento de Economía Aplicada de la Universitat de València. Desde 1993, es director del Área de Investigación en Economía Aplicada a la Cultura del mismo departamento y pertenece también al Área de Investigación en Turismo y Economía de la Cultura del Instituto Interuniversitario de Desarrollo Local de las Universidades de Valencia y Jaume I de Castellón. Participa en proyectos de investigación europeos (Sostenuto), e iberoamericanos (Observatorio Iberoamericano de Cultura, Proyecto SIEDECC). Sus incursiones en la Economía de la Cultura han supuesto una renovada y fructífera visión del análisis de la cultura, tanto a nivel regional como en el ámbito estatal. Ha publicado numerosos libros y artículos centrados en el ámbito de la cultura y la comunicación. Revistas de prestigio nacional e internacional recogen también sus aportaciones en campos como la provisión pública de cultura, la eficiencia de los teatros, el análisis de los museos, la participación ciudadana en la valoración de los elementos patrimoniales, la economía de la lengua y el turismo cultural entre otros aspectos. Publica también con cierta frecuencia artículos de opinión en la prensa regional (El País, Levante-emv) sobre temas de comunicación y cultura.

**Resumen:**

**Destripando la caja negra**

Desde hace ya más de una década economistas, sociólogos, urbanistas, políticos van apuntando la idea de que existe una relación entre la dimensión cultural de un territorio y su desarrollo. Desde las formulaciones más genéricas de Sen hasta las fórmulas tres en uno, pegadizas de Florida, existe una vasta literatura que relaciona de maneras distintas la competitividad de los territorios y su contenido simbólico. Sin embargo las formulaciones siguen estando en un nivel de vaguedad muy elevado. Desde la academia hasta los *policy makers* más motivados consideran que existe correlación entre cultura y desarrollo. Pero cuando toca explicitar cuáles son la variables clave, cómo se establecen las relaciones cau-

sales, cómo se articulan los procesos, nos damos cuenta que aún nos encontramos ante una verdadera “caja negra”. Las estrategias para el futuro de los distintos países europeos, así como los pilares de la estrategia común europea están basados en la innovación, la cultura, la creatividad, es por tanto el momento necesario de apurarnos en investigar qué es lo que pasa en esa caja. En este sentido los competentes autores participantes en este ámbito se entregan a “trasparentar” algunas de esas variables que ya sabemos que tienen que estar dentro. El profesor Greffe nos destaca la importancia en esta caja de la dimensión urbana. La creatividad parece que se manifiesta con más tozudez en los entornos urbanos... o ¿es qué de tanto repetirlo así lo hemos creído? ¿Es el azar, la existencia de semáforos, el roce, las universidades, la contaminación, las empresas? ¿Qué variables son las claves para explicar esta supuesta constante de la creatividad? Como muy bien destaca, “las cosas no son tan simples” y “la representaciones de la ciudad creativa son contradictorias”. Un reto que toca afrontar es precisamente descascarillar lo esencial de lo accesorio, lo mediático de lo académico, lo promocional de lo real, y en eso se empeña el profesor Greffe.

La siguiente dimensión nos la aclara el profesor Ruiz Navarro. Desde una base empírica de una potencia indiscutible que parte del proyecto GEM, nos explica cómo funciona ese ecosistema que liga la creatividad (atributo individual), el emprendimiento (acción de aventurarse) las empresas (barco de la aventura) la universidad (proveedora de recursos para llenar las bodegas del barco) y la ciudad (proceloso espacio de navegación).

Germán Rey se encarga de iluminar otra esquina de la caja negra. La acción colectiva transmutada en políticas públicas establece las condiciones, los límites y los anhelos a perseguir en este ejercicio común, en el que existe un gran consenso sobre a dónde hay que llegar, pero muy pocos acuerdos sobre los caminos y las formas de transitarlos. El cambio y la velocidad han desbordado los modelos tradicionales de las políticas públicas y quizás las “políticas de los sentidos” de Colombia, de las que habla Germán Rey, supongan un nuevo paradigma de intervención que estimulen la implosión de los derechos culturales, la efervescencia económica y los impactos sociales de la industria creativa y cultural. Seguidamente el profesor Hagoort nos invita a pensar en el sector de la creatividad y la cultura como factor central en la innovación económica y social y nos propone una nueva agenda de investigación a la que yo me apunto sin dudarle. El Retorno a la Creatividad, Liderazgo creativo, Gobernanza cultural, Arte público, Pequeñas empresas y autónomos, son los nuevos espacios hacia donde Europa tiene que apuntar los focos del conocimiento, si queremos seguir destripando nuestra querida caja negra.

Finalmente, si los anteriores relatos nos estimulan sobre todo al ámbito de la reflexión y el análisis Maravillas Rojo

nos empuja a la acción. En primer lugar subraya la importancia del empleo en los sectores culturales y luego nos insta, con cierta serena urgencia, a que si queremos adaptarnos y aprovechar el cambio estructural, hay que diversificar los sectores productivos, transformar los sectores maduros, adecuar las organizaciones y cambiar los perfiles profesionales.

En fin, sabemos que en “ese algo” que transmuta cultura en desarrollo, hay ciudades, empresas, universidades, emprendedores y empleos con capacidades, políticas, voluntades... Aunque podamos compartir la mágica idea de que la realidad siempre contiene una parte de irracionalidad, algo que queda más allá de las categorías que conocemos, no tenemos ninguna duda de que nuestra caja opaca va a dejarse transitar por la lucidez de nuestros participantes.

09.30h – 10.00h

### ¿Qué es una ciudad creativa?



Xavier Greffe, *Profesor de la Universidad Paris 1*

#### Biografía:

Profesor de economía en la Universidad Paris I – Sorbonne. Donde dirige el Doctorado en Economía de las Artes. También es profesor asociado del Graduate Research Institute for Policy Studies, en Tokio, y profesor adjunto en la University of Technology de Auckland. Ha sido investigador asistente en Los Ángeles (UCLA) y profesor en Paris XIII, Argel y Paris I. Durante doce años (1982-1994), ha trabajado en la Administración francesa como Director de Nuevas Tecnologías en el Departamento Nacional de Educación, así como director de Capacitación y Aprendizaje en el Departamento de Trabajo y Empleo.

#### Resumen:

Ciudad creativa es uno de los términos más utilizados por la economía global. Para beneficiarse de las oportunidades que ofrecen la innovación y la movilidad de los recursos, hay que ser creativo, y la ciudad es considerada (desde ya hace mucho tiempo) una matriz posible de esta creatividad.

Sin embargo, las cosas no son tan simples y las representaciones de la ciudad creativa son, de hecho, contradictorias. Para algunos, hay que ser atractivos para atraer el desarrollo. Para otros, crear desarrollo nos convierte en atractivos, iniciando de esta manera un círculo virtuoso. Además, el concepto de ciudad creativa no supone lo mismo según el tamaño de la conurbación urbana en cuestión. Otros también han llegado a pensar que la ciudad creativa no es más que el último eslogan de moda del marketing urbano, de poca profundidad.

Por lo tanto, lo mejor es considerar que esta expresión engloba diferentes variantes: la capacidad de una ciudad de saber decidir; la capacidad de sus habitantes de integrarse en la lógica de los proyectos económicos y sociales; la capacidad de sus sectores económicos de agarrar las oportunidades de la economía global. El problema consiste en saber cómo incorporar estas tres dimensiones.

10.00h – 10.30h

### La historia interminable: ciudad, ecosistema emprendedor y universidad



José Ruiz Navarro, *Catedrático de Organización de Empresas y Director de la Cátedra de Emprendedores de la Universidad de Cádiz*

#### Biografía:

Ingeniero Técnico Naval y Doctor en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad de Málaga. Actualmente, es Catedrático de Organización de Empresas y Director de la Cátedra de Emprendedores de la Universidad de Cádiz. Ha impartido clases como profesor en universidades españolas y extranjeras, entre ellas la de Purdue en Estados Unidos y recientemente en la Agencia de Finanzas del Gobierno de la Federación de Rusia. Pertenece al consorcio de investigación internacional sobre creación y desarrollo empresarial Global Entrepreneurship Monitor (GEM). Colabora con el Ministerio de Cultura del Gobierno de España y con la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo en varios países latinoamericanos en materia de industrias culturales y desarrollo emprendedor. Tiene una larga experiencia en asesoramiento y docencia en materia de creación de empresas. Ha dirigido el proyecto de investigación del Plan Nacional de I+D+i “Creación de empresas en el ámbito cultural”, publicado en 2009 como libro por la Fundación Autor. Ha sido Decano de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de Cádiz, Presidente de la red de ACEDE de profesores de creación de empresas de las universidades españolas, Director del Departamento de Organización de Empresas de la Universidad de Cádiz, Presidente de la Consultora Gestión 1, S.A. de la red BCNet de la Unión Europea. Ha ocupado puestos directivos en el sector naval, Ministerio de Industria, Cajas de Ahorros y en la Zona Franca de Cádiz. Además, es autor de otros 19 libros y 26 artículos en revistas extranjeras y nacionales especializadas en economía, dirección y creación de empresa.

#### Resumen:

La historia económica se puede resumir como la historia interminable de la búsqueda creciente de productivi-

dades. En esa búsqueda, la creación de instituciones y organizaciones sociales que reduzcan la incertidumbre ha jugado un papel esencial. Las ciudades, como instituciones sociales, no son ajenas a esa evolución y hoy se enfrentan a cambios en los modelos productivos que están condicionando su gestión y ocasionando crisis substanciales en su funcionamiento y desarrollo.

Las ciudades necesitan conocer, participar y promover ecosistemas emprendedores capaces de generar valor a través de la creatividad, la cultura y el conocimiento. Estos sistemas responden a múltiples modelos y experiencias relacionadas, como por ejemplo: las 3Ts, de Richard Florida, *The Art of City Making* de Charles Landry o la *Triple Hélice* de Henry Etzkowitz y Loett Leydesdorff. En estos ecosistemas emprendedores las universidades tienen una función esencial: dotar al territorio de recursos de alta calidad relacionados con las tres variables esenciales que se suelen contemplar en dichos modelos, las tres C: los conocimientos, la capacidad creativa y la cultura. Las relaciones de la universidad con las ciudades y territorio se convierten en claves estratégicas de la evolución social y económica de la ciudad, y estas relaciones pasan por su contribución a la generación y desarrollo de un tejido empresarial de calidad.

Este reto requiere un modelo de universidad emprendedora, comprometida con su entorno territorial, que impulse su tercera misión de transferencia y con un modelo organizativo más flexible y profesional. En esta dirección, se comunica la experiencia y resultados (comparables con el GEM, *Global Entrepreneurship Monitor*) de la Universidad de Cádiz y de su Cátedra de Emprendedores.

10.30h – 11.00h

*Debate - Coloquio con los ponentes*

11.00h – 11.30h

*Pausa café*

11.30h – 12.00h

### **Las industrias culturales latinoamericanas: desde las asimetrías y las políticas públicas**



Germán Rey, *Consultor especialista en industrias culturales, creatividad y desarrollo*

#### **Biografía:**

Director del Centro Ático de la Universidad Javeriana. Asesor en Políticas Culturales del Despacho de la Ministra de Cultura de Colombia. Ha sido asesor del Ministerio de Relaciones Exteriores de Colombia para la elaboración de la política cultural de promoción de Colombia en el exterior. Fue Defensor del Lector del periódico *El*

*Tiempo* y Asesor General del Proyecto de Economía y Cultura del Convenio Andrés Bello; participó en la elaboración del Informe de Impacto económico de la Cultura en Colombia (2003) y en el seguimiento de los Informes de Industrias culturales de Perú, Venezuela, Chile y Bolivia, en la Encuesta Nacional de Cultura de Colombia y en la Cuenta Satélite de Cultura. Participó en el Informe de la UNESCO, *Trends in audiovisual markets. Regional Perspectives from the South* (2006) y forma parte del Laboratorio de Desarrollo y Cultura de las Universidades de Girona y Tecnológica de Bolívar en Cartagena. Asesor Nacional del Plan Decenal de Cultura de Medellín (2020) y del programa de Diplomacia Cultural de la Secretaría General Iberoamericana (SEGIB). Ha sido consultor de la Orquesta Filarmónica de Bogotá y de la Secretaría de Cultura de Bogotá para la creación del Instituto Distrital de las Artes (2009).

#### **Resumen:**

Las industrias creativas son un sector dinámico y de importancia creciente en el contexto internacional. Sin embargo, América Latina apenas representa un 3% del total de exportaciones de bienes y servicios culturales y hay un claro desnivel de la balanza comercial, caracterizada por el peso de las importaciones, especialmente de los Estados Unidos. A ello se agregan problemas en la producción como la debilidad y fragmentación de las infraestructuras industriales, la fragilidad de ciertos momentos de la cadena de valor, la asimetría de las industrias en los países y entre los países, el desarrollo de industrias como la televisión, la radio y la industria editorial, los cambios en el cine, los problemas en la música y los retardos y brechas en las nuevas tecnologías; también la concentración urbana de las industrias culturales, las modificaciones en la producción generados por los TLC y las normativas de la OMC y la OMPI y la unión, cada vez más protagónica de empresas tecnológicas con empresas de contenidos. La situación de las industrias creativas también se revela en el carácter selectivo de su circulación determinada por la rentabilidad, los tamaños y particularidades de los mercados internos, las exigencias de los mercados internacionales sobre la creación, las debilidades de la formación, la hegemonía de formatos y géneros y la vinculación de la distribución con las tendencias sobresalientes del consumo. Un tema interesante es lo que sucede con la creación local y la diversidad cuando los productos culturales se inscriben en contextos de mercado, algunos más agresivos y exigentes que otros.

Entre 1996 y el 2005, se incrementó la importación de bienes y servicios culturales de 190,5 billones a 350,9 billones de dólares. Los mayores importadores fueron los países desarrollados. En el 2005, los países en desarrollo importaron el 17,3% de todo los bienes culturales del mundo, con un valor de 60,8 billones de dólares (UNCTAD, 2008). Las importaciones de productos crea-

tivos que más crecieron en las economías en desarrollo, entre 1996 y 2005, fueron diseño, publicaciones, música y nuevos medios (UNCTAD, 2008).

Estos cambios en la producción y la distribución están relacionados con modificaciones del consumo y la apropiación cultural: a la estratificación del consumo explicitada en la mediatización de la cultura, el lugar social de la lectura y la ubicación de las expresiones de la cultura culta, se unen los problemas de equidad cultural que se manifiestan más dramáticamente en los jóvenes, las mujeres, los adultos mayores y los habitantes de provincia. Crece la importancia del consumo de niños y jóvenes y se acentúa el peso de la educación, la edad y el nivel socioeconómico en las prácticas de consumo, se destacan las músicas como expresión de la diversidad cultural, se generan desplazamientos en algunos consumos como, por ejemplo, el aumento de la lectura en internet, se acentúan los contrastes entre lectura por placer y lectura por deber y el acceso al cine a través de otros soportes y la creciente importancia del espacio privado como ámbito físico y simbólico de la convergencia de los consumos.

#### **Las políticas culturales de nueva generación: el traslado de los ejes**

Enfrentadas a un cambio de época las políticas culturales están transformándose. El concepto de política pública ha evolucionado conceptual y operativamente desde que se inició el debate sobre las políticas culturales en la segunda mitad del siglo pasado en la UNESCO. Han perdido el mayor peso que residía en el Estado, han ablandado las fronteras rígidas que las circunscribieron a una arquitectura institucional de carácter sectorial y han sido rebasadas por actores que acrecentaron la importancia de su presencia en la sociedad, como la comunidad internacional y los conglomerados empresariales. También se identifican más con percepciones y lugares globales, transnacionales y se han des-localizado de los arraigos más firmes en que estaban ancladas en el pasado. Es cierto que las políticas se han convertido en guías de la gestión pública, sobre todo en estados, pero también en regiones y ciudades, que aún mantienen su continuidad frente al rol protagónico de los gobiernos, que en algunos temas apenas tienen espacio de maniobra y que convierten en muy similares las propuestas de partidos, ideológicamente diferentes. El corrimiento de los lugares de decisión de las políticas pone en vilo la capacidad real de negociación de los estados nacionales frente a los procesos y los ámbitos globales, sobre todo de decisión económica: algunas de las políticas culturales más importantes se juegan hoy en los tratados de libre comercio, que más que acuerdos arancelarios son determinaciones disciplinares de hondo calado. La negociación de las cuotas de pantalla, los sistemas de subsidio para la creación y los creadores, las definiciones de los derechos de autor o las prerrogativas de los responsables de servicios de internet, tienen un impacto

inmediato sobre el funcionamiento de los medios y en general el acceso de los ciudadanos a los bienes culturales.

Dentro de los temas emergentes de estas políticas están precisamente los que se refieren a las industrias culturales y la diversidad. Colombia ha generado un conjunto de políticas de los sentidos, la comunicación y las imágenes, que reúne la política de lectura y bibliotecas con las políticas de comunicación-cultura, la de cultura digital, la cinematográfica, el Plan Audiovisual Nacional y la política para el emprendimiento y las industrias culturales. Estas políticas culturales están unidas a las de las artes, la memoria y lo patrimonial, la de internacionalización y cooperación, la de la promoción de personas e instituciones de la cultura a partir de programas en que se invierten dineros públicos y las políticas territoriales. Las políticas de los sentidos reúnen diversas expresiones de la comunicación, avanzan en áreas nuevas como las nuevas tecnologías, combinan una gran diversidad de actores como las industrias formales de la música de lo audiovisual y las radios ciudadanas, los grupos de creación de contenidos virtuales o los productores de video independiente y se mueven dentro de un rango de opciones que tienen que ver con el mercado, pero también con las actividades de organizaciones sociales y los intereses públicos.

La política de comunicación-cultura, se organiza alrededor de la inclusión, la diversidad y la creación y considera como sus niveles la información, la opinión, la expresión, la construcción de saberes y la movilización de la sociedad. Entre sus líneas de acción están el fomento de la cultura digital (centrada en la creación de contenidos), el fortalecimiento de las emisoras comunitarias y ciudadanas, el sistema de televisión pública y el sector de la comunicación comunitaria. La política cinematográfica colombiana ha sido un ejemplo de la incidencia de una política integral en el desarrollo de un sector. Acrecentó el promedio de los largometrajes, creó un fondo para la promoción del cine con recursos fiscales, impulsó el desarrollo de una infraestructura cinematográfica de mayor solidez, ha generado empleo, comenzado a encontrar inversionistas y formar públicos. Se critica los bajos índices de asistencia a las películas nacionales y la relación entre montos de financiación y resultados. El Plan Audiovisual Nacional, está logrando incorporar a jóvenes de sectores populares a la creación audiovisual como un mecanismo de pertenencia y diálogo con otros y la política de emprendimiento e industrias culturales tiene tres grandes ejes: el de la gran industria cultural, el de las empresas culturales y el del emprendimiento cultural. Los estudios fluctúan la contribución de las industrias creativas al PIB colombiano entre el 1,8% que se encontró en la investigación del Convenio Andrés Bello, hasta el 3,3% que se propuso en el estudio coordinado por la OMPI y la Dirección General de Derechos de Autor. La política de emprendimiento cultural

combina la creación del Consejo de Competitividad de las Industrias Culturales, que reúne a los diferentes actores del sector, con la determinación de un CONPES de industrias culturales que es una manera de definir líneas de acción concretas comprometidas con asignaciones presupuestales del Estado. Se propone “visibilizar las industrias culturales como motor del desarrollo, frente a la institucionalidad del Estado, el sector privado y los organismos de cooperación internacional y la sociedad civil en general, para promover la inversión”. Pero también busca promover la investigación y el conocimiento sobre las industrias culturales, fortalecer el sistema de formación profesional para la creación artística y cultural, fomentar la asociatividad entre creadores, productores, gestores e intermediarios, impulsar canales alternativos de distribución y circulación que valoren la creación local facilitando su acceso a mercados regionales e internacionales y construir un marco regulativo que impulse tanto los eslabones de la cadena productiva como las actividades transversales que le dan sustento.

12.00h – 12.30h

### **Cultura empresarial como motor de la economía creativa**



Giep Hagoort, *Profesor de Arte y Economía de la Universidad de Utrecht*

#### **Biografía:**

Actualmente es Profesor y Catedrático de Arte y Economía de la Universidad de Utrecht, dirige el Equipo de Investigación sobre Arte y Economía en colaboración con la Escuela de Arte de Utrecht. Asimismo, es fundador de la Amsterdam School of Management, red de expertos en gestión interactiva. Desarrolla estrategias educativas en el ámbito de la gestión de las artes y la comunicación, siendo un innovador en las prácticas educativas. Escribe regularmente en publicaciones profesionales. Fue el impulsor y autor en el año 2000 del Handbook Art Management Entrepreneurial Style (traducido a cinco idiomas). En 1998, obtuvo su doctorado con una tesis sobre estrategias de formación en el sector creativo. Sus principales materias como profesor son: emprendimiento cultural, gestión estratégica, gestión de proyectos creativos e innovadores. Dirige programas educativos en procesos de cambio dentro de las organizaciones. Ha sido asesor y profesor invitado en Berlín, Hannover, Kiev, Cracovia, San Petersburgo, Zagreb, Johannesburgo, Praga, Tbilisi, Sofía. Participa como ponente en el Seminario de Gestión del Arte en Europa de la New York University (NYU) / Hogeschool voor de Kunsten Utrecht (HKU), asimismo es impulsor del programa de Master en Gestión del Arte y la Comunicación en el contexto euro-

peo. Sus principales líneas de investigación se centran en: emprendimiento creativo y cultural, focalizado en el liderazgo y la gestión, *countryside-city regions*, dimensión europea, innovación social y artística.

#### **Resumen:**

En la última década del siglo XX, se puso mucha atención a la gestión como ámbito específico de conocimiento. ¿Cuál era el contexto de entonces? Influenciado por los líderes políticos de la derecha, con la Primera Ministra Thatcher (Reino Unido) y el Presidente Reagan (Estados Unidos) en primer plano, el Estado asumió una posición modesta estimulando el crecimiento económico y el bienestar. Desregulación, privatización y competencia se convirtieron en palabras clave de la praxis política. En el ámbito del arte y la cultura repercutió en una reorientación respecto a las subvenciones. Surgieron nuevos instrumentos de gestión como la responsabilidad presupuestaria, el marketing, las capacidades de gestión y liderazgo.

En el nuevo milenio, a principios de 2008, una nueva crisis sacudía al mundo, iniciada por los investigadores de la economía neoliberal y los responsables bancarios. Sucesivamente, el periodismo amateur de Internet se convirtió en la principal fuente de información, en detrimento de las instituciones académicas de reputación contrastada.

El emprendimiento, fundamentado en la responsabilidad personal, puede ser una teoría organizativa respetuosa que transforme la aproximación técnica a la gestión artística en una manera de pensar y actuar mucho más dinámica y sólida. El emprendimiento cultural también puede contribuir a la sociedad planteando nuevos retos como: la sostenibilidad, la innovación y las industrias creativas orientadas al ámbito social. En este marco, el emprendimiento cultural puede ser visto como una fuerza catalizadora de la economía creativa, como economía holística con poder creativo, progreso tecnológico así como dinámicas sociales y económicas.

En este proceso de transformación, hay que poner nuevos temas en la agenda de los investigadores y profesionales:

- **Retorno a la Creatividad:** ¿qué tipo de modelos de negocio concuerdan con el Nuevo paradigma económico?
- **Liderazgo creativo:** ¿qué tipo de competencias son necesarias para crear efectos indirectos positivos entre el sector cultural y el sector de las industrias creativas y el sector empresarial y el público?
- **Gobernanza cultural:** ¿qué se tiene que hacer en los niveles de control para crear una gobernanza transparente para las empresas e institutos culturales?
- **Arte público:** ¿cómo podemos estimular que la gente esté interactivamente involucrada con la cadena de valor cultural (creación, producción, distribución, experiencias)?

- **Pequeñas empresas y autónomos (80% del sector cultural y creativo):** ¿cómo podemos formular una agenda de la investigación europea para la economía creativa dentro del debate del Libro Verde de las Industrias Culturales y Creativas?

12.30h – 13.00h

### Transformación y oportunidades el empleo en las industrias culturales



Maravillas Rojo, ex *Secretaria General de Empleo. Ministerio de Trabajo e Inmigración de España*

#### Biografía:

Licenciada en Ciencias Políticas, Económicas y Comerciales por la Universidad de Barcelona, Senior Executive (Programa de Dirección general) por ESADE. Las diferentes responsabilidades ejecutivas que ha desarrollado a lo largo de su trayectoria profesional la sitúan como experta en el diseño y ejecución de políticas activas de empleo, creación y crecimiento de empresas y en la promoción de la innovación. Como directora del INEM de la provincia de Barcelona, entre 1991 y 1995, realizó una gestión caracterizada por incorporar nuevos procesos administrativos, gestionó la organización del sistema de formación ocupacional y continua. De 1995 a 2007, fue teniente de alcalde y concejal del Ayuntamiento de Barcelona, responsable de las áreas de promoción económica, empleo, comercio, turismo e innovación. Asimismo, fue Presidenta de Barcelona Activa, la Agencia de Desarrollo Local del Ayuntamiento de Barcelona. Desde la participación en órganos de dirección e instituciones vinculadas al desarrollo económico, como el Puerto de Barcelona, Mercabarna, el Plan Estratégico Metropolitano, el Pacto Industrial Metropolitano, la Feria de Muestras de Barcelona, el Consorcio de la Zona Franca, el distrito de la Innovación, el Parque Tecnológico del Vallés o la sociedad de capital riesgo *Barcelona Empren*, entre otros, ha conducido e influido en las políticas de innovación, promoción económica y empleo de la ciudad de Barcelona. Ha sido miembro, en calidad de experta en gestión, del Consejo de Administración y de la Comisión Ejecutiva del *Institut Català de la Salut*. Ha sido Secretaria General de Empleo entre abril de 2008 y octubre de 2010. En el campo internacional es colaboradora del Centro Iberoamericano de Desarrollo Estratégico Urbano (CIDEU) y con la red internacional *Cité des Métiers*, desde donde ha compartido conceptos y metodologías desarrollados a lo largo de su carrera. En el año 2001, fue seleccionada para participar en el programa de la *German Marshall Memorial Fellowship* liderando un equipo interdisciplinar en el ámbito de la promoción económica y el empleo.

Colaboradora en el ámbito Universitario en diferentes másteres y posgrados como el Máster de Políticas Públicas y Sociales de la Universitat Pompeu Fabra, el Máster La ciudad de la Universitat Oberta de Catalunya y el de Dirección de servicios y proyectos de promoción local de la Universitat de Girona. Vocal del Consejo Social de la Universitat Pompeu Fabra. Ha impartido numerosos cursos, seminarios y conferencias en el ámbito del desarrollo local, el empleo, la iniciativa emprendedora y la innovación.

#### Resumen:

Estamos asistiendo a una transformación que supone uno de los retos económicos más importantes de nuestra historia: vivimos una crisis que es global y nueva. Es preciso además de aplicar medidas de carácter coyuntural, trabajar para preparar el cambio estructural que implica la transformación productiva, y, ello comporta abordar un cambio de modelo productivo lo que significa:

- Una diversificación de los sectores productivos para ajustar el peso que tienen en el conjunto de la economía y en el empleo, de forma que puedan combinarse distintos sectores con amplia incidencia, como el turismo o la construcción, con otros que aporten nuevo valor añadido como el de desarrollos tecnológicos, las industrias creativas, la biotecnología o nuevos servicios.
- La transformación de los sectores maduros, es decir el automóvil, la química, el turismo, o determinados servicios a las personas, están incorporando nuevas actividades y formas de producir para realizar nuevos productos y servicios que modifican el valor que aportan y el empleo que generan.
- La adecuación de las organizaciones que facilite el estar preparados para el cambio permanente, optimizar las nuevas “cadenas de valor” e incorporar valores como el sentido de futuro de los proyectos, la transparencia, el esfuerzo y la innovación.
- Cambios en los perfiles profesionales. Porque para mantenerse en el empleo será preciso saber transitar en él y poder pasar de unas tareas u ocupaciones a otras. Disponer de competencias y capacidades profesionales adecuadas es una de las claves de la permanencia en el empleo.

El futuro del empleo será distinto del pasado y del presente y para construir un nuevo modelo productivo necesitamos identificar y abordar nuevas maneras de aprender y de trabajar. Necesitamos también identificar el contenido de las ocupaciones que se están transformando o que están apareciendo y adecuar muchos perfiles profesionales a estas transformaciones.

En este marco aparecen nuevas oportunidades de empleo en el ámbito de la cultura y de las industrias culturales que es posible identificar y potenciar.

13.00h – 14.00h

*Debate - Coloquio con los ponentes*

**Ámbito: NUEVOS ESPACIOS PARA LA CREATIVIDAD: LOS CENTROS CULTURALES DEL SIGLO XXI**

15.30h – 20.00h

**Coordinador:**



Miguel Zarzuela, *Director de la Oficina de Proyectos y Cooperación Cultural del Ayuntamiento de Zaragoza*

**Biografía:**

Licenciado en Historia por la Universidad de Zaragoza, Posgrado en Políticas Culturales y Máster en Gestión Cultural por la Universitat de Barcelona. En la actualidad dirige la Oficina de Proyectos y Cooperación Cultural del Ayuntamiento de Zaragoza. Hasta octubre de 2010, ha sido Director General de Cultura del Ayuntamiento de Zaragoza. Ha colaborado en la elaboración de la *Guía para la evaluación de las políticas culturales locales* impulsada por la Federación Española de Municipios y Provincias (FEMP), publicada en el año 2009. Asimismo, ha participado en el *Plan Estratégico de Zaragoza y su entorno*.

**Resumen:**

Al igual que el resto de factores y condiciones que conforman nuestra sociedad actual, en el ámbito cultural en general, y en particular en la parcela creativa, nos hemos dotado de innumerables infraestructuras y equipamientos tendentes a dar respuesta a la amplia gama de tendencias y propuestas de la cultura contemporánea.

En este sentido, en nuestras ciudades han crecido espacios museísticos de última generación. Junto a la rehabilitación y puesta en valor de los museos históricos, se han dotado de centros culturales “alternativos”, mediatecas, centros de interpretación, equipamientos especializados o generalistas, territoriales, analógicos, digitales, urbanos y rurales, de titularidad pública, privada o mixta.

Nunca habíamos asistido a tal magnitud de propuestas, a tan gran número de proyectos exitosos, y a tan alto grado de dudas y de frustraciones, como si de una loca carrera virtual se tratara, y en la que en cada tramo de la misma se modifica el tipo de transporte y el combustible utilizado.

La actual edición de Ciudades Creativas nos va a permitir abordar este ámbito temático acerca de los Centros Culturales del siglo XXI, a través de experiencias, análisis e interpretaciones de especialistas, técnicos y expertos en la materia, tanto desde el punto de vista europeo como latinoamericano y estadounidense.

Las distintas reflexiones de los ponentes nos van a dar a conocer las múltiples opciones existentes, algunas con-

tradictorias, pero como conclusión podremos entender que no hay razón para una uniformización de los proyectos, tan dispares como dispares son las realidades donde se ubican, pero sí que resulta necesaria la constante evaluación de los mismos, sobre todo en cuanto a sus finalidades, a las modalidades de gestión y a los públicos objetivos a los que se considera destinatarios.

15.30h – 16.00h

**Nuevo territorio de artes**



Fabrice Lextrait, *Ex director de la Friche du Belle de Mai, Marsella*

**Biografía:**

Es director general adjunto del despacho de arquitectura Ateliers Jean Nouvel, donde realiza el seguimiento de la producción de los 80 proyectos en curso de la agencia. También es presidente del grupo de restauración *les grandes Tables*, cuyos restaurantes se ubican en espacios culturales situados en Marsella, París, Calais y Roubaix. Del año 2000 al 2002, fue consejero especial de Secretario de Estado para la Cultura, Michel Duffour, en el marco de cuya función publicó el informe y las actas sobre el coloquio *Les Nouveaux Territoires de l'Art* (Los Nuevos Territorios del Arte). Asimismo, fue Director adjunto de la fábrica de creación la *Friche la Belle de Mai*, ubicada en Marsella, desde su fundación en el año 1990 hasta el año 2000; actualmente sigue estando vinculado a la *Friche la Belle de Mai*, ejerciendo diferentes funciones en los consejos de administración de las diversas organizaciones que acoge.

**Resumen:**

Quiero empezar mi intervención con una cita de Peter Handke, que inspiró mucho el trabajo que hicimos sobre las *friche* (fábricas de creación) y espacios intermediarios con Michel Duffour, Secretario de Estado de Cultura en Francia entre 2000 y 2002. Peter Handke habla de los espacios intermedios, cuando uno navega y se encuentra con dos grandes barcos que se aproximan, si uno se desliza entre los dos barcos, el horizonte se despeja de nuevo.

Creo que los espacios que intentamos pensar hoy, que tratamos de conceptualizar, que queremos reinventar, son espacios misteriosos más que “nuevos territorios del arte”, las palabras del escritor “espacios intermedios” me parece más correcta, puesto que deja la definición abierta a la mirada y a la situación, permite crearse la esperanza de encontrar nuevos horizontes a nuestras infranqueables políticas culturales, y pensar que podemos encontrar nuevos objetivos a los proyectos de equipamientos que inventemos.

Creo realmente que nos encontramos en una nueva era de la acción cultural. De hecho, hace unos veinte años, he-

redamos de nuestros predecesores políticas que se han estructurado y que han sido una referencia mundial, basadas en esquemas estructurales muy precisos, construidas mediante diferentes disciplinas y diferentes estratos de equipamientos. Pienso que hoy, dada la vitalidad del territorio nacional e internacional, nos damos cuenta que las políticas culturales heredadas ya no pueden seguir satisfaciendo a los públicos, los artistas, y, en general, a la población. Actualmente, el problema reside en el hecho que las políticas culturales están hechas para “los profesionales de la profesión”, incluidos los públicos consumidores, pero no están suficientemente pensadas para la población.

El conjunto de estudios producidos por el Ministerio de la Cultura francés muestra que las prácticas han sido transformadas por la introducción de nuevas tecnologías, mientras que sigue existiendo una brecha en las prácticas entre los que las han heredado y los excluidos de este proceso. Creo que nuestro deber, consiste, cuando pensamos la política cultural, cuando intentamos repensar en Congresos como el que se ha organizado aquí, en intentar repensar como la cultura puede ser actualmente un verdadero motor de transformación social, el motor de la transformación urbana, el motor de la transformación económica, el motor de la transformación política.

A menudo, desde hace dos o tres años, sobre todo porque ya no estoy en el sector, también porque los caminos profesionales me han llevado a navegar por diferentes esferas, pienso que hay que suprimir el Ministerio de la Cultura en Francia. Creo por ejemplo que también hay que pensar en una redefinición completa de las delegaciones culturales puesto que la cultura puede ser una verdadera herramienta de transformación y de proceso democrático, si no se privatiza. Generalmente seguimos un hilo, un hilo que hemos heredado del siglo XIX. Creo que debemos acabar radicalmente con la noción de autonomía del arte, esto no entra en contradicción con la necesidad que tienen los artistas de ser libres en sus creaciones.

Creo que debemos volver a intentar tejer y trabajar conjuntamente sobre la manera en que las diferentes fuerzas sociales y económicas del país pueden colaborar con los artistas, casi tengo ganas de decir, como se hace en los sectores de investigación y desarrollo.

También quiero insistir sobre un elemento: no debemos seguir creyendo que podemos hacer una política cultural con una cartografía de equipamientos, ya no es posible. Debemos intentar trabajar sobre representaciones que muestren recorridos, hay que dejar de hacer programas de equipamientos y elaborar relatos de política cultural, hay que elaborar relatos sobre “¿cómo vivirán los nuevos equipamientos culturales?”. El plan importa poco, tampoco importan las disciplinas ni los artistas, lo que cuenta es como cada cosa va a poder explicar el relato con la ciudad, y sobre todo intentar que estos nuevos lugares culturales no se conviertan en nuevas fortalezas...

Creo finalmente que cuando hablamos de recorrido, cuando intentamos traspasar la lógica de equipamiento, es ne-

cesario trabajar de verdad sobre el paisaje y el espacio. Es verdad en este punto que, y me viene a la cabeza Jean Blaise, una de las contemporaneidades que se trabaja es el tema del arte en los espacios públicos, pero en todos los espacios públicos, no solamente exteriores, también puede ser el interior de los futuros espacios culturales. ¿Por qué se trabaja fundamentalmente en la relación entre cultura y espacio público? Si no podemos ampliar el espacio público, si no conseguimos articular alrededor de este espacio público a una población, estaremos obligados a ceder a la mercantilización del arte.

16.00h – 16.30h

### Del barrio al universo



Ricardo Ramón, *Director del Centro Cultural de España en Buenos Aires*

### Biografía:

Doctor en Historia del Arte por la Universidad de Zaragoza. Ha trabajado desde 1998 para la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID), actualmente como Director del Centro Cultural de España en Buenos Aires, anteriormente ha sido Director del Centro Cultural de España en Santo Domingo (República Dominicana) y del de Lima (Perú), donde fue Director del Festival Internacional de Música Contemporánea de Lima. Catalogando la obra pictórica, escultórica y bibliográfica de las Colecciones del Museo de Bellas Artes de Huesca, descubre 12 cuadros inéditos del siglo XVIII de gran formato, entre los que se encuentra una obra importante de Francisco de Goya, *El retrato de Antonio Beyan*, lo que marca su trayectoria profesional y lo hace ser uno de los especialistas en el universal pintor aragonés. Como museólogo ha trabajado para el Gobierno Aragonés en el proyecto del Museo Aragonés de Arte Contemporáneo y en la creación del Museo Pablo Serrano. Fue Premio de investigación Fundación Pilar y Joan Miró 1995, Beca Sotheby's, realizando la catalogación y estudio de la obra de la Fundación Miró de Palma de Mallorca y comisariando la exposición *Artistes espanyols als anys 70 a la col·lecció de la Fundació Pilar i Joan Miró a Mallorca*. Ha sido Técnico de Gestión Cultural de la Sociedad Municipal Zaragoza Cultural del Ayuntamiento de Zaragoza. Es fundador de la Asociación Aragonesa de Críticos de Arte, así como miembro de las Asociaciones Española e Internacional de Críticos de Arte. Ha coordinado, conceptualizado y curado numerosas exposiciones, tanto a nivel nacional como internacional, en países como Brasil, México, Italia, Francia, Portugal, Marruecos, entre ellas: *Exposición Antológica de Goya*; *Exposición El Settecento Veneciano*; *Exposición Antológica de Darío Suro*, con Laura Gil.

Ha participado en numerosos congresos y seminarios sobre gestión y cooperación cultural, así como organizado

numerosas reuniones y seminarios sobre este tema en Iberoamérica. Ha dirigido cursos sobre museología en la Universidad de Lusiada de Lisboa y programado las ediciones de la Universidad de verano del CCE. Autor de profusos artículos en revistas especializadas y libros sobre arte, entre los que destaca la dirección de la Colección de Monografías de Arte del Centro Cultural de España en Santo Domingo. Ha redactado textos y presentaciones de catálogos de numerosos artistas nacionales e internacionales, entre ellos: Goya, Miró, Barceló, Antonio Saura, Víctor Mira, Tina Modotti, Fernando Varela, Pascal Meccariello, Enrique Torrijos, Lucía Landaluze, Belkis Ramírez.

### Resumen:

En la ponencia se explican las acciones realizadas para conseguir la participación, colaboración e implicación del barrio en la creación del Centro Cultural de España en Buenos Aires (CCEBA).

Hace un año, la Cámara de Diputados de la ciudad de Buenos Aires donó por 30 años prorrogables los edificios y el solar del antiguo Patronato de la Infancia al Centro Cultural de España de la AECID.

Estos edificios que estuvieron durante mucho tiempo abandonados fueron ocupados por familias sin hogar durante varios años. Éstas fueron desalojadas violentamente en el año 2003. Desde entonces el proceso de deterioro fue aumentando y su degradación unida a los rumores de demolición para la creación de un *shopping* creció, creando opiniones encontradas en el barrio.

La decisión final de cesión al Gobierno de España para la instalación de su centro cultural ha sido en general bien aceptada, porque se hizo, desde el primer momento, una campaña de información y colaboración con las asociaciones barriales.

16.30h – 17.00h

*Debate - Coloquio con los ponentes*

17.00h – 17.30h

*Pausa café*

17.30h – 18.00h

### ¿Otros centros de arte?

#### Del contenedor al contexto



Tere Badia, *Directora de Hangar, Barcelona*

### Biografía:

Tere Badia es Historiadora del Arte y Master en Sociología del IN3. Actualmente es directora de Hangar.org, centro de experimentación y producción de artes visuales en Barcelona. De forma independiente, ha ase-

orado a redes y colectivos artísticos en procesos organizativos. Ha realizado diversos estudios analíticos y manuales de cooperación en el ámbito de la cultura y de la de I+D+i para las artes visuales. Entre sus actividades profesionales se encuentran también el comisariado de exposiciones, la edición, la docencia o la comunicación multimedial. Ha coordinado la primera edición en Catalunya del programa DISONANCIAS de relaciones entre artistas y departamentos de I+D+i de empresas. Próximamente inaugura la exposición *El D\_efecto barroco: políticas de la imagen hispana*, con Jorge Luis Marzo en el CCCB.

### Resumen:

Los espacios de experimentación y de producción artística hoy también se ven inmersos en el conjunto de transformaciones generales que se vinculan a lo que entendemos como sociedad del conocimiento y a la crisis de las formas de producción. Muchos creadores, cada vez más ajenos a modelos forjados en el espacio único del arte y la práctica formalista, ensayan otras prácticas directamente concebidas como pura producción de conocimiento, como experimentación de nuevas metodologías de trabajo, de procesos colectivos o en red, o como la producción de prototipos alejados del objeto único. Lo que para algunos agentes culturales se entiende como una forma peligrosa de atravesar los límites de lo artístico que está desbordando una lectura disciplinar y sectorial; para otros significa la consolidación de un cambio de paradigma en la producción artística y, por lo tanto, la necesidad derivada de generar otro tipo de estructuras de apoyo que entiendan que dichas prácticas a menudo funcionan como departamentos de investigación con múltiples vínculos intersectoriales.

Parece pues que llega el momento de variar la percepción del papel de los centros de producción artística, unos centros que en su mayoría ya están trabajando bajo los parámetros que definen el concepto de colaboratorio. Este concepto, surgido de la combinación de las palabras colaboración y laboratorio, designa un centro de investigación y de producción de conocimiento, un "centro sin paredes" y distribuido que permitiría implicar en un mismo proyecto a varios actores de ámbitos diversos en procesos de conocimiento compartido y colectivo. Un centro de producción en este contexto, ha de considerar también como una de sus funciones el fomento de la transferencia de conocimientos surgidos tanto del colaboratorio como de otros proyectos realizados en él, buscando en ello complementar el contexto del que forma parte.

Pensar los centros de experimentación y producción cultural como espacios expandidos de generación de procesos, objetos, prototipos y conocimiento, al tiempo que nodos de varias redes que se entrecruzan, significa que conviene ampliar y superar lo que en los últimos años ha podido ser una visión probablemente

te demasiado reducida de la producción artística y su real impacto.

Así, la inversión en cultura debería entenderse como una inversión en la creación de contextos que sepan generar posibilidades y no como meras estrategias multiplicadoras de contenedores, de actividades y de programaciones.

18.00h – 18.30h

### Madrid. Apoyo a la creación



Carlos Baztán Lacasa, *Coordinador General de Apoyo a la Creación del Área de las Artes, del Ayuntamiento de Madrid*

#### Biografía:

Arquitecto superior por la Escuela Técnica Superior de Arquitectura de Madrid (1974). Coordinador general de Apoyo a la Creación del Área de Las Artes del Ayuntamiento de Madrid. Ha trabajado ininterrumpidamente en las tres administraciones públicas españolas desde 1981, siempre en el ámbito de la gestión cultural pública. Ha gestionado más de un centenar de proyectos y obras de infraestructuras culturales públicas, entre las que se encuentran: el Museo Nacional de Arte Romano (obra de Rafael Moneo), el Museo de Altamira, y, en Madrid, el proyecto de los Teatros del Canal (obra de Juan Navarro Baldeweg), la Biblioteca y el Archivo Regional (obras de Tuñón y Mansilla) o el Teatro Valle Inclán (obra de Paredes y Pedrosa) o Andén Cero. De su actual puesto de Coordinador General de Apoyo a la Creación han dependido y dependen los proyectos, las obras y la gestión de Matadero Madrid (Intermediae, Abierto por Obras, Central de Diseño, Naves del Español, Cineteca, Nave 16...), Medialab Prado y Serrería Belga, los talleres para artistas de Pradolongo, las modalidades de convocatorias de ayudas a artistas y La Noche en Blanco, entre otros. Ha dictado cursos y conferencias en 20 países de Europa y América.

#### Resumen:

La intervención se centrará en la política actual del Área de Las Artes del Ayuntamiento de Madrid de apoyo a la creación en el ámbito cultural. Describirá instrumentos concretos de dicha política como son:

- **Matadero Madrid y sus espacios, entidades y servicios actuales y en creación:** Matadero Madrid es un espacio vivo y cambiante al servicio de los procesos creativos, de la formación artística participativa y del diálogo entre las artes. Nace con la voluntad de contribuir a la reflexión sobre el entorno sociocultural contemporáneo y con la vocación de apoyar los procesos de construcción de la cultura del presente y del futuro. Matadero Madrid tiene como misión la promoción de la creación, en todas sus formas y expresiones, con especial aten-

ción a las propuestas transversales, a través de tres ejes de actuación: formación, producción y difusión.

- **Medialab Prado:** Medialab Prado es un espacio orientado a la producción, investigación y difusión de la cultura digital y del ámbito de confluencia entre arte, ciencia, tecnología y sociedad. En su espacio se celebran talleres de producción y de formación, seminarios y debates, reuniones de diferentes grupos de trabajo, muestras de proyectos, conciertos, etc. El principal objetivo es crear una estructura en la que tanto la investigación como la producción sean procesos permeables a la participación de los usuarios.
- Los talleres de Pradolongo.
- Las subvenciones nominativas y por convocatorias públicas.

18.30h – 19.00h

### Creatividad en la vivienda en Ámsterdam



Jaap Schoufour, *Director de Bureau Broedplaatsen de Ámsterdam*

#### Biografía:

Licenciado en Ciencias de la Comunicación por la Universidad de Ámsterdam. Después de trabajar como consultor de comunicación en proyectos de desarrollo en Europa del Este, trabaja para B & A Group (La Haya) como investigador y asesor en el ámbito de las políticas nacionales. En 1997, empieza a trabajar como director de proyectos para el Ayuntamiento de Ámsterdam sobre la evolución urbana de la orilla del río IJ. En el año 2003 entra en la oficina municipal Broedplaatsen, de la que se convierte en director en el año 2004.

#### Resumen:

La ciudad de Ámsterdam comenzó a desarrollar sus *Broedplaatsenbeleid* (políticas de las fábricas de creación) en el 2000. Desde entonces, aproximadamente cuarenta espacios de la ciudad –antiguos muelles, escuelas, plantas industriales y espacios de oficinas– se han transformado en *broedplaatsen* (fábricas de creación). Unos 107.000 metros cuadrados se emplean como espacios de trabajo y, a veces, como viviendas.

La política de *Broedplaatsen* trata, fundamentalmente, del desarrollo de lugares de trabajo donde se mezclen los artistas y los empresarios con centros de exposiciones, iniciativas de asistencia social, ONG, clubes y restaurantes. Al facilitar estos lugares de trabajo, la ciudad de Ámsterdam ha observado, después de algunos años, que hay un mejor ambiente cultural en la mayoría de las zonas, una mejora en la cohesión social y una popularidad creciente de las *broedplaatsen* como lugar de establecimiento de empresas comerciales.

La esencia del trabajo de promoción de nuevas *broedplaatsen* se centra en la innovación, partiendo de las cualidades básicas de Ámsterdam: la diversidad, la creatividad, la densidad y el dinamismo. Ámsterdam tiene que renovar su imagen de sexo (Barrio Rojo), droga (tolerancia con el uso de drogas blandas) y rock and roll (escenarios musicales y *cultura dance*), transformándolos en conceptos nuevos. En este sentido, la política para luchar contra la criminalidad en el Barrio Rojo cedió espacio a diseñadores de moda en antiguos burdeles. Esta mezcla funciona dando una nueva imagen a la zona.

Otro ejemplo es el antiguo muelle NSDM en la parte septentrional de la ciudad. El Ayuntamiento de Ámsterdam comenzó a invertir en 150 estudios para artistas, espacios para ensayos de teatro y un curioso restaurante en un viejo granero. Después de algunos años, el lugar ya no solo era conocido por los artistas y su entorno subcultural, sino también por empresas comerciales y líderes de mercado. En 2005, la sede europea de MTV se estableció a solo 50 metros del antiguo muelle, porque su personal quería estar próximo a los artistas y al ambiente rudo del embarcadero. En este caso, una estrategia de inversiones en instalaciones culturales y estudios para artistas crea condiciones que atraen a las empresas comerciales.

El establecimiento de las *broedplaatsen* no solo tiene que ver con espacios para los artistas y, por consiguiente, con actividades económicas, sino también con un valor añadido vinculado con el desarrollo social. Los barrios con evidentes problemas sociales y económicos, violencia callejera, mala calidad de las viviendas, entre otros, se pueden beneficiar con las *broedplaatsen*. El establecimiento de una fábrica de arte, en particular en las zonas predominantemente residenciales menos favorecidas de Ámsterdam, como los suburbios del oeste (de mayoría inmigrante mediterránea) y del sudeste (de inmigrantes surinameses, caribeños y africanos), puede traer una mayor diversidad y vitalidad a la comunidad local. Con personas creativas es más fácil aunar esfuerzos con las iniciativas del barrio y las actividades municipales. La fábrica de arte puede, así, convertirse en un factor de cohesión en todo tipo de producciones culturales, arte comunitario y eventos. Por diferentes motivos, cada vez más artistas individuales así como grupos surgidos de las fábricas de creación, están convencidos de las ventajas de forjar vínculos de este tipo con la comunidad local.

Para las autoridades municipales y barriales, y para los promotores de proyectos y las inmobiliarias, el estableci-

miento de fábricas de creación es un acontecimiento positivo. La presencia de los artistas puede mejorar la imagen de una zona, y aumentar así el interés por comprar o alquilar viviendas allí. Pero, si conlleva que aumenten los precios de las propiedades locales, no es necesario decir que los propios artistas esperan que sus espacios sigan siendo asequibles a largo plazo. Esto requiere acuerdos firmes con los promotores y las inmobiliarias como socios de la política de fábricas de creación. Especialmente, en el *Nieuw West* de Ámsterdam, las inmobiliarias comprometidas con los proyectos de regeneración urbana, así como las autoridades barriales, tienen un gran interés en las iniciativas de este tipo. De hecho, las fábricas de creación se ajustan perfectamente a su estrategia de crear distritos residenciales de alta calidad.

La intervención en el mercado inmobiliario es otro de los ejes de la *Broedplaatsenbeleid*. Actualmente, a los promotores inmobiliarios, a las inmobiliarias y al gobierno local les faltan fondos financieros para nuevos proyectos de envergadura. A parte de esta paralización de nuevos proyectos, actualmente, hay aproximadamente 1,2 millones de metros cuadrados de espacio sin utilizar disponible. Una gran cantidad de este espacio es anticuado y carece de perspectivas de alquiler. Estos dos aspectos ofrecen oportunidades prometedoras para nuevas fábricas de creación. La abundancia de espacios vacíos tendría que hacer bajar los precios, poniendo más espacios al alcance de más artistas y de iniciativas creativas y culturales. Pero ¿realmente el mercado está solucionando el problema de la falta de espacio asequible? No es tan sencillo. Por ejemplo, la oferta de espacio se caracteriza principalmente por grandes espacios de oficinas situados en las zonas menos populares. Por otra parte, la demanda de espacio es individual, dispersa, desorganizada e ignora esta oferta.

Eso nos conduce al principal foco de atención del *bureau Broedplaatsen* ¿Cómo salvar la brecha entre los grandes espacios vacíos y la gran cantidad de creativos dispersos? Hace falta comunicación y organización. No se trata solo de una cuestión de desajuste de dos dimensiones diferentes, se trata también del encuentro de dos mundos diferentes: el inmobiliario y el creativo. En mi presentación, propondré la respuesta que ha dado la ciudad de Ámsterdam al desajuste de estos dos mundos.

19.00h – 20.00h

*Debate - Coloquio con los ponentes*

## Viernes, 26 de noviembre

### Ámbito: CULTURA Y DESARROLLO URBANO: DISTRITOS CULTURALES, CENTROS HISTÓRICOS, EVENTOS...

09.00h – 14.00h

#### Coordinadora:



Montserrat Pareja, *Profesora de la Facultad de Economía y Empresa de la Universidad de Barcelona y Codirectora de las Jornadas Ciudades Creativas*

#### Biografía:

Doctora en Economía. Es profesora titular del Departamento de Teoría Económica de la Universitat de Barcelona. Actualmente, participa un proyecto de investigación europeo ACRE, Adaptando el Conocimiento Creativo: competitividad de las regiones metropolitanas en la Europa ampliada, (2007-2010). Desde el año 1992, su actividad investigadora se ha centrado en aspectos sociales y económicos vinculados a vivienda y el urbanismo; en particular, el análisis comparado de las políticas urbanas y de vivienda en Europa. Desde el año 2000, es miembro electo del Coordination Committee de la European Network for Housing and Urban Research, donde coordina el taller sobre sostenibilidad urbana y de vivienda. Ha participado en tareas de consultoría y asesoramiento para el BID (Banco Interamericano de Desarrollo) y en programas de cooperación de la AECID (Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo). Ha publicado en revistas internacionales de reconocido prestigio como *Urban Studies* o *Journal of Housing and the Built Environment*.

#### Resumen:

El desarrollo de ciudades y barrios ha seguido a lo largo de la historia diferentes modelos o esquemas, habitualmente fundamentados en la potenciación de los recursos endógenos disponibles. El entorno existente determina el punto de partida a partir del cual la ciudad debe seguir reinventándose. Los procesos de regeneración urbana a su vez han servido para recuperar parte del patrimonio histórico dotando de mayor identidad la propia trayectoria urbana a lo largo de los años. En este contexto, la cultura se convierte en piedra angular de buena parte de dichos procesos, aportando singularidad y riqueza a nuevas propuestas de futuro.

En este ámbito, la cultura y también la creatividad van a ser consideradas ejes de desarrollo urbano, transformándose en diferentes iniciativas que van desde la recuperación del patrimonio histórico industrial a la celebración de eventos internacionales como elemento de atracción y potenciación de la ciudad. Varias preguntas

transversales fundamentarán el debate: ¿Existe una receta para usar la creatividad y la cultura como motor de desarrollo para todas las ciudades? ¿Cualquier proceso de desarrollo urbano debe pasar por el uso y consumo de la cultura por parte de sus ciudadanos? ¿Cuál es el proceso por el cual la idea se transforma en una estrategia concreta de desarrollo? ¿Qué elementos contribuyen al éxito de ciertas políticas que promueven el desarrollo urbano basándose en la creatividad?

La perspectiva internacional junto con la visión conjunta tanto de académicos como de aquellos que trabajan en el día a día de la ciudad va a caracterizar esta sesión.

09.00h – 09.30h

#### Cultura y planificación urbana. La experiencia de Gijón



Paz Fernández Felgueroso,  
*Alcaldesa de Gijón*

#### Biografía:

Licenciada en Derecho por la Universidad de Oviedo (1973) y diplomada en Asistencia Social (1963). Actualmente y desde 1999, es alcaldesa de Gijón. Inició su actividad política en el Partido Socialista Popular (PSP), integrándose en el PSOE tras la fusión de ambos partidos (1978). En 1979, fue Directora General de Medio Ambiente en el órgano preautonómico del Consejo Regional de Asturias. En 1983, tras ejercer la abogacía en Gijón durante 10 años, fue nombrada delegada del Gobierno en la Compañía Telefónica Nacional de España, y en 1985, secretaria general de Comunicaciones y presidenta de la Caja Postal. Diputada en las elecciones autonómicas de 1987, en julio de ese año asumió la Consejería de Industria, Comercio y Turismo en el gobierno regional de Asturias. Mantuvo su escaño en las elecciones autonómicas de 1991. En diciembre de 1993 fue nombrada Secretaria de Estado de Asuntos Penitenciarios, cargo que ejercería hasta mayo de 1996. Actualmente, en su condición de alcaldesa de Gijón, es vocal de la Comisión Ejecutiva de la Federación Española de Municipios y Provincias (FEMP) y miembro del Comité de las Regiones y del Consejo Social de la Universidad de Oviedo, entre otras responsabilidades. Entre los años 2003 y 2005, presidió la Conferencia de Ciudades del Arco Atlántico, y, en 2008-2009, el Centro Iberoamericano de Desarrollo Estratégico Urbano (CIDEU). Ha participado en numerosos foros y conferencias tanto nacionales como internacionales.

#### Resumen:

Expondremos la importancia que en Gijón viene teniendo la visión cultural en el marco de las políticas de planifi-

cación urbana. Cómo la institución municipal contribuye a impulsar y dinamizar la vida cultural local para situarla en la vanguardia de las expresiones creativas contemporáneas, pero manteniendo, al tiempo, las raíces culturales propias de una sociedad que se ha transformado de forma rápida y que cuenta con un tejido asociativo muy desarrollado y activo. La gestión y los objetivos culturales figuran en el núcleo de las políticas de planificación urbana, con especial atención a sus múltiples conexiones con la educación, el desarrollo productivo y, en conjunto, con la evolución de la sociedad local, y partiendo de una doble visión de *lo cultural*: como elemento de crecimiento y enriquecimiento personal y como factor de bienestar, desarrollo y progreso colectivo.

Un rápido recorrido del desarrollo histórico de la ciudad conducirá a una descripción de su situación en los inicios del periodo democrático, que es el origen del modelo descrito. Trazaremos un repaso de las etapas recorridas desde el inicio de esta andadura, empezando por la construcción de infraestructuras y servicios básicos y la puesta en marcha de las bases conceptuales y organizativas del proyecto cultural de Gijón. Su desarrollo se vio marcado, ya desde un inicio, por su coincidencia con la crisis industrial de la década de 1980, que en Gijón fue muy aguda y larga —duró casi diez años—, afectó simultáneamente a múltiples sectores y tuvo un hondo impacto material y psicológico sobre la sociedad local. Es éste, precisamente, el punto de partida de los procesos de planificación estratégica de Gijón, concebidos como elementos imprescindibles para sacar a la ciudad de su atasco, trazando nuevos objetivos y expectativas de futuro para su desarrollo. Por tanto, mencionaremos también los dispositivos de planificación creados, reparando en la presencia que en ellos tuvieron las políticas culturales.

En este contexto, tuvieron especial relevancia las investigaciones arqueológicas y la posterior puesta en valor de los hallazgos obtenidos. El nuevo conocimiento acerca de la importancia del pasado prerromano y romano de la ciudad y su peso en el norte peninsular, además de su importancia científica, modificó la percepción de la ciudad sobre sí misma y permitió convertir esa nueva imagen en un activo cultural y promocional y en un factor de autoestima que resultó particularmente conveniente en el momento planteado.

Este rápido relato permite contextualizar la situación actual de Gijón a través de un recorrido amplio y conciso de los elementos que configuran las políticas culturales presentes en nuestro municipio, y sobre todo las que están en desarrollo relacionadas con los nuevos proyectos y objetivos de futuro: el impulso de empresas creativas vinculadas a iniciativas innovadoras, relacionadas unas con la vanguardia artística —destaca sobremanera el proyecto “Laboral Ciudad de la Cultura”, que promueve el Gobierno del Principado de Asturias y en el que también participa el Ayuntamiento de Gijón—, y otras con el

desarrollo de la denominada «Milla del conocimiento», espacio en el que confluyen los dispositivos de investigación ligados a la Universidad asturiana, las empresas del Parque Científico y Tecnológico de Gijón, el jardín Botánico Atlántico, el primer hospital de la ciudad y la propia Universidad Laboral, y que se convertirá en uno de los más importantes elementos de dinamización económica local en los próximos años.

09.30h – 10.00h

### **El centro cultural del siglo XXI: consumo cultural, libertad y creatividad**



Danilo Santos da Miranda,  
*Director SESC São Paulo*

#### **Biografía:**

Licenciado en Filosofía y Ciencias Sociales. Ha realizado estudios complementarios en diferentes universidades brasileñas y en el Management Development Institute de Lausanne (Suiza). Experto en políticas culturales, es director del SESC (Serviço Social do Comércio) del Estado de São Paulo desde 1984. Fue presidente del Fórum cultural Mundial de São Paulo en el año 2004; presidente del comité brasileño del Año de Francia en Brasil – Franca.Br2009 en 2008 y 2009. Desde el año 2008 y hasta finales de 2010 es presidente del ICSW (International Council of Social Welfare). También es consultor de varias instituciones culturales brasileñas como: Itau Cultura, Museu de Arte de São Paulo (MASP) y Movimento Nossa São Paulo. Miembro del Comité Art for the World (Suiza), vice-presidente de FEPADET (Federación Panamericana de deporte), presidente regional del International Council of Social Welfare y miembro de ISPA (International Society for Performing Arts) de Estados Unidos. Ponente en innumerables conferencias nacionales e internacionales cada año, ha sido reconocido y premiado en todo el país por su labor en la cultura.

#### **Resumen:**

El SESC (Servicio Social del Comercio) de São Paulo es una institución de carácter privado que tiene como misión pública ayudar a los trabajadores del comercio y de la comunidad en general mediante actividades educativas para el desarrollo físico, cultural y social de la sociedad. El SESC fue creado en 1946 por empresarios del comercio. En aquella época, y como consecuencia de necesidades específicas, nuestras prioridades eran las acciones orientadas hacia la salud, la nutrición y el ocio de los trabajadores.

El SESC se financia a partir de las contribuciones de empresarios del sector del comercio y la prestación de servicios, el uso de estos recursos se encuentra bajo

un riguroso control de los poderes públicos del Estado. Actualmente, el SESC tiene 31 centros deportivos y culturales en el estado de São Paulo, la mayoría de ellos inaugurados en los últimos 20 años.

Para administrar el SESC en São Paulo, aplicamos una metodología basada en la alta calidad en los servicios prestados a los usuarios y en los recursos humanos, instalaciones y equipamientos, adaptados a las metas sociales y educacionales de la institución. El compromiso institucional del SESC con la calidad de vida de los trabajadores del comercio ha garantizado su historia ininterrumpida durante 62 años. El trabajo realizado en nuestros centros para los trabajadores del comercio en las esferas sociales y educacionales ha sido reconocido por la población y por las autoridades del país.

El SESC cumple la importante tarea de minimizar las desigualdades sociales, y su déficit en las políticas culturales públicas y en el desarrollo socio-educacional de la población de Brasil. Las directrices socio-educacionales del SESC en São Paulo tratan de actuar sobre la integración social, cultural y deportiva de nuestro público objetivo, y están siempre próximas a las transformaciones de nuestra realidad. La tecnología, la comunicación, el trabajo, el ocio, la diversidad cultural y el desarrollo físico, entre otros, son algunas de las motivaciones que guían la programación de nuestras actividades.

Nuestros centros se encargan del servicio de alimentación de ancianos, adultos, niños y niñas, adolescentes, estudiantes universitarios, trabajadores, mujeres y hombres, quienes participan en actividades ya sea por separado o en grupos. Por lo tanto, nuestros locales son sumamente diferentes debido a su flexibilidad y se pueden adaptar a varias necesidades.

Esta flexibilidad, que se puede observar en nuestros centros culturales y deportivos, también se encuentra presente en nuestro nivel conceptual a través de la pedagogía que constituye la base de todas nuestras actividades físicas o artísticas. Por ejemplo, las actividades físicas como los cursos, los talleres y las clases abiertas son flexibles de tal manera que se pueden adaptar al conjunto de habilidades de los participantes del grupo. La acción cultural, cuya directriz en la organización consiste en promover las condiciones necesarias que permitan a las personas disponer de una autonomía para crear cultura, ha sido uno de nuestros objetivos en la intervención educativa. La importancia de nuestra política socio-cultural ha marchado paralelamente en las últimas décadas con la expansión física del SESC en el estado de São Paulo. Dentro de la acción cultural englobamos varias áreas temáticas: la educación medioambiental; el desarrollo físico a través de las actividades deportivas, de las artes plásticas y visuales; y de programas desarrollados especialmente para la infancia, los ancianos y los adolescentes.

Estas actividades aportan un espacio de reflexión acerca de la cultura y la sociedad a través de seminarios y

debates. Los eventos deportivos como el Día del Desafío Deportivo, y los programas para la educación para la lucha contra el hambre y los desechos domésticos llamados *A Mesa Brasil* son solo algunos ejemplos de éstas.

El SESC en São Paulo ha actualizado y expandido su capacidad para prestar servicios para sus usuarios a través de sus fundamentos básicos: la acción cultural, y la propuesta de la educación permanente y de la educación a través del ocio. Los centros son espacios para convivir juntos, y con la ayuda de un equipo técnico calificado, nuestras intervenciones tratan de conciliar las condiciones y el desarrollo personales.

- **Con acción cultural:** promover condiciones necesarias para que las personas y los grupos creen sus propios objetivos en el universo cultural.
- **Con educación informal y permanente:** actividades educativas que permitan a las personas tener una auto-superación continua, y en una forma que se adecue a sus intereses personales, en lugar de seguir un aprendizaje formal tradicional.
- Y, por último, **la educación a través del ocio** se encuentra también presente en las actividades de desarrollo cultural y deportivo. Éstas ayudan a las personas a emplear el tiempo libre para la educación y establecen una relación en la cual el ocio se convierte en un instrumento de desarrollo cultural para todos los sectores a los que prestamos servicios. Este modelo es, por cierto, fundamental en la realidad brasileña.

10.00h – 11.00h

*Debate - Coloquio con los ponentes*

11.00h – 11.30h

*Pausa café*

11.30h – 12.00h

### **Las estrategias por sí solas no bastan ¿Qué es lo realmente creativo?**



Barbara Wendling,  
*Fundación Zollverein de Essen*

#### **Biografía:**

Barbara Wendling es gerente de su propia agencia de gestión cultural y comunicación, agencia Barbara Wendling GmbH, con sede en Dortmund. Es una asesora y gestora de proyectos solicitada en el campo de la cultura y de la economía creativa así como en el ámbito de la comunicación empresarial y universitaria. En el Welterbe Zollverein dirige, desde el año 2005, el ámbito Business.Services, que abarca múltiples redes y

proyectos, y ha desarrollado nuevos formatos de organización en el ámbito de la economía creativa. Entre los que destaca *Kreative Klasse Ruhr*, un proyecto de la Capital Cultural Europea Ruhr 2010, y plataforma de acción así como de comunicación de las empresas creativas de la metrópolis del Ruhr, con una red social y un Festival, que se celebra anualmente, con más de 300 actos. Además, imparte clases de Diseño empresarial, gestión de proyectos y comunicación para las nuevas generaciones de diseñadores, en la Escuela Técnica Superior de Dortmund, es miembro activo de la dirección de la CommCommissionRuhr, una iniciativa de ECCE, la red estructurada por ámbitos de las agencias de comunicación en la metrópolis del Ruhr, participa asimismo en la estructura de la Design Commission Ruhr, organización del ramo, que defiende frente a la opinión pública los intereses de las empresas de diseño y representa los intereses ante las instituciones y los estamentos políticos. Además, es blogger de *www.2010lab.tv*, un proyecto de la Capital Cultural Europea Ruhr 2010, asesora de comunicación de la Escuela Superior de Hamm-Lippstadt y Asesora de ExperConsult, Dortmund.

**Resumen:**

Desde la década de 1990 el gobierno del Land de Nordrhein-Westfalen se ha consagrado a la Economía de la cultura. Fue el primer Land de la República Federal de Alemania en publicar, ya en 1992, el primer informe sobre Economía de la cultura viendo en este segmento potenciales claros de crecimiento. Puede que, en un primer momento, sorprenda una fecha tan temprana, dado que Nordrhein-Westfalen, que alberga la zona del Ruhr, se caracterizaba por aquellos tiempos sobre todo por las estructuras de la gran industria, la llamada "old economy". El acero y el carbón habían impreso su carácter durante décadas a la región y habían dejado huella. Sobre todo, una orientación económica relativamente única hizo que el cambio estructural, que se había iniciado ya en la década de 1950, se convirtiese en un largo proceso de transformación. De los más de 500.000 puestos de trabajo existentes antaño en la minería esta actividad ocupa en la actualidad tan solo unos pocos cientos de personas y ello además por poco tiempo, ya que el abandono de la extracción de carbón, a más tardar en 2018, es asunto zanjado.

¿Qué ha quedado? Además de una mentalidad de solidaridad entre compañeros muy acusada en la región del Ruhr, han quedado sobre todo terrenos y edificios de la antigua industria como, por ejemplo, la antigua mina y la coquería de Zollverein, la cual es parte desde 2001 del Patrimonio Cultural de la UNESCO. Estos lugares tienen una cierta magia que atrae a creativos y artistas. Lo mismo sucedió con el Zollverein cuando, una vez abandonada la extracción de carbón en el año 1985, sus primeros usuarios fueron los dueños

de galerías y los artistas. Sin embargo, a diferencia de muchos otros antiguos reales industriales de este tipo, el Zollverein estuvo desde un principio protegido como monumento. Rápidamente hubo que establecer una concepción y una estrategia acerca de cómo había que llevar a cabo el cambio de uso de un total de 253 edificios e instalaciones, distribuidos a lo largo de una superficie con una extensión de 1 millón de metros cuadrados. En 1989 inició su actividad la llamada "Bauhütte". Se sanearon las primeras naves de la zona central del pozo XII, situadas alrededor de la torre de extracción. Se instaló un escenario de ensayos para el Essener Theater (Teatro de Essen) y la filarmónica, que rápidamente fue utilizado para la celebración de gran cantidad de actos públicos. Les siguieron el "Design Zentrum Nordheim-Westfalen", que ocupó la antigua nave de calderas, y el restaurante "Casino Zollverein", instalado en la antigua nave de compresores de alta presión. El Zollverein se había convertido en atractivo para los visitantes interesados por la cultura. Lo único que dificultaba una aceptación sin límites por parte de la población era, tan solo, su situación en el norte de Essen, marcada por barrios de la ciudad estructuralmente débiles. Además, los políticos municipales continuaban temiendo que el mantenimiento y saneamiento de los edificios traería consigo costes elevados. Tras la finalización de la primera fase de saneamiento por parte de la "Bauhütte", en el año 1999, y con la finalización de la Exposición Internacional de la Construcción en Emscherpark, con motivo de la cual se habían saneado desde 1989, como gran proyecto regional, innumerables superficies y conjuntos de edificios –entre ellos el Zollverein– dándoles una nueva utilidad, se volvió a plantear la cuestión de un nuevo desarrollo. Entre tanto se había constituido un grupo de defensores que impulsó la solicitud ante la UNESCO para que acogiese al Zollverein en la lista del Patrimonio Mundial. Las primeras conversaciones exploratorias confirmaron que existían buenas oportunidades, siempre que junto a la solicitud se adjuntase un plan de gestión. Se iniciaron los pasos siguientes: el estudio del famoso arquitecto neerlandés Rem Koolhaas "Office for Metropolitan Architecture" recibió el encargo de elaborar un plan maestro para el Zollverein. Además, en Mayo de 2001 se fundó la Entwicklungsgesellschaft Zollverein (EGZ) y se presentó una solicitud de gran proyecto a la Unión Europea. Además de los otros extensos proyectos de saneamiento, la llamada "Estrategia KMU" jugó un papel muy importante. Una de las tareas principales para los años siguientes fue un programa para fomentar el establecimiento de pequeñas y medianas empresas en el Zollverein. La intervención se centrará en presentar cómo se ha conseguido crear la plataforma de actuación y comunicación KREATIVE KLASSE RUHR, una comunidad de creativos impulsada desde el Zollverein y que funciona de manera sostenible.

12.00h – 12.30h

### Ciudades creativas: aspectos conceptuales y cuestiones de política pública



Allen J. Scott, *Profesor del Departamento de Geografía de la Universidad de Los Ángeles*

#### Biografía:

Tiene el rango de distinguido profesor en el Departamento de Geografía y el Departamento de Estudios Políticos en la Universidad de California en Los Ángeles. Obtiene en 2003 el Premio Vautrin Lud y es galardonado con el premio Medalla de Oro Anders Retzius de la Sociedad Sueca de Antropología y Geografía en 2009. Su libro *On Hollywood: The Place The Industry* (Princeton: Princeton University Press, 2005), ganó en 2005 el Meridian Book Award.

También ha publicado: *Social Economy of the Metropolis: Cognitive-Cultural Capitalism and the Global Resurgence of Cities* (Oxford: Oxford University Press, 2008); *Geography and Economy: Three Lectures* (Clarendon Lectures in Geography and Environmental Studies, Oxford University] (Oxford: Clarendon Press, 2006); *The Cultural Economy of Cities: Essays on the Geography of Image-Producing Industries*, (London: Sage, 2000); *Regions and the World Economy: The Coming Shape of Global Production, Competition and Political Order* (Oxford: Oxford University Press, 1998); *Technopolis: High-Technology Industry and Regional Development in Southern (California, Berkeley and Los Angeles: University of California Press, 1993); New Industrial Spaces: Flexible Production Organization and Regional Development in North America and Western Europe* (London: Pion, 1988); *Metropolis: From the Division of Labor to Urban Form* (Berkeley and Los Angeles: University of California Press, 1988); *The Urban Land Nexus and the State* (London: Pion, 1980); *Combinatorial Programming, Spatial Analysis, and Planning* (London: Methuen Ltd., 1971).

#### Resumen:

Esta ponencia es una reflexión amplia –y, en ocasiones, polémica– acerca de la naturaleza y del significado de las ciudades creativas. Busco situar el concepto de las ciudades creativas dentro del contexto de la llamada “nueva economía” y detallar las conexiones de estos fenómenos con los cambios tecnológicos, las estructuras productivas, el mercado laboral y la dinámica de las ubicaciones de las aglomeraciones. Trato de mostrar, en particular, cómo las estructuras de la nueva economía desencadenan formas específicamente históricas de innovación en las ciudades modernas. La discusión tiene que ver aquí y allí con temas de políticas y, sobre todo, con las posibilidades generales y las limitaciones a

las que se enfrentan los responsables de la elaboración de las políticas durante cualquier intento para construir ciudades creativas. Se discuten los efectos de la globalización, con una referencia especial a las perspectivas de la aparición de una red global de ciudades creativas enlazadas a través de relaciones de competencia y cooperación.

El concepto de ciudades creativas se ha introducido en los últimos tiempos en el orden del día de los teóricos del urbanismo (Landry y Bianchini 1995), y se ha debatido mucho sobre sus distintos significados y aplicaciones prácticas, tanto en los círculos académicos como en los de los responsables de la elaboración de las políticas. La reciente y amplia mediatización de recetas para el éxito de la regeneración y del desarrollo urbano basado en “la clase creativa”, tal como ha sido propuesto por Richard Florida (2002), ha dado lugar a la necesidad nueva, intensa y urgente de una aclaración de este debate.

En esta ponencia, trato de alcanzar tres objetivos fundamentales. El primero es describir los móviles principales de la economía urbana en general, y mostrar cómo, dentro del contexto de la llamada “nueva economía”, parece estar aumentando una cierta cantidad de formas específicamente históricas de la ciudad creativa. El segundo es aprovechar esta descripción como base para la evaluación de lo que los responsables de las políticas pueden tratar de alcanzar de una forma realista en la búsqueda de un mejoramiento de la creatividad urbanística y del desarrollo económico local. El tercero es situar firmemente estos temas dentro del contexto de la globalización, y mostrar cómo las ciudades creativas funcionan cada vez más dentro de un sistema global de competencia y cooperación económica. Mi objetivo más amplio es alcanzar una perspectiva general crítica de las interacciones reflejas entre la urbanización y la creatividad en la sociedad contemporánea, y destacar tanto las tendencias positivas y negativas que se ponen en marcha como consecuencia del surgimiento de las ciudades creativas como elementos distintivos del escenario global contemporáneo.

12.30h – 13.00h

### Espacios que dicen no



Patrizia Di Monte, *Arquitecta de Zaragoza Vivienda*

#### Biografía:

Arquitecta por el IUAV (Venezia). Actualmente, forma Grávalos & Di Monte arquitectos con Ignacio Grávalos. Ha disfrutado de una Beca de Formación del Gobierno italiano para estudios de posgrado del 1996 al 1998

en la UPC donde consiguió el título de máster (La Gran Escala) y la suficiencia investigadora (tesis doctoral en curso). Trabaja durante dos años como arquitecto colaborador de la Fundación Peggy Guggenheim, (VE) redactando proyecto de gift shop y del coffe-shop. Ha obtenido los siguientes premios: 1º premio en el concurso paseo marítimo en Torre Mileto (FG-I), 1º premio en el concurso de ideas reforma Colegio Oficial de Arquitectos de Aragón (COAA), 1º premio en el concurso bloque de viviendas en torre en Zaragoza, 1º premio en el concurso bloque de viviendas en el Canal Imperial Zaragoza, 3º premio concurso ideas internacional "Oficinas Expo 2008". Otros premios obtenidos son: mención premio de Arquitectura de Aragón García Mercadal, 2º premio SAIE Selection 10, obra seleccionada exposición internacional "la mujer construye". Ha sido adjudicataria de varios concursos del Servicio de Planes Integrales Ayuntamiento de Zaragoza para estudios sobre el Casco Histórico de Zaragoza. Es miembro comisión de cultura del COAA, consejera de la Junta de demarcación de Zaragoza del COAA. Asimismo, es comisaria del programa de intervenciones artísticas "Los vacíos cotidianos" y directora programa "estonoesunsolar". Ha sido arquitecta invitada a Eurocities Culture Forum 2009, Congreso Cáceres Ciudades Creativas, Xunta de Galicia, Concejalía de Urbanismo Ayuntamiento de Turín, Ayuntamiento de Sevilla, comité científico Zaragoza Capital Cultural 2016. Es profesora invitada de: Máster PAMUS Universidad La Salle, University of Calgary en Barcelona, Escuela Técnica Superior de Arquitectura de Zaragoza, Universidad Internacional de Andalucía, Universidad del País Vasco, Máster *Progettazione Interattiva Sostenibile e Multimedialità* de Roma 3, Máster *Paesaggi Straordinari* del Politécnico de Milán entre otros. Entre sus últimas obras construidas se encuentra la escuela infantil del Casco Histórico de Zaragoza, obra nominada al premio *Children in Scotland's Making Space Awards 2010*. Ha sido miembro de diferentes jurados: Concurso de ideas internacional Mobiliario Expo 2008, Concurso internacional de ideas *Metamorfosi la trasformazione de Torino nord-ovest*, XX edición Premios de arquitectura de Aragón García Mercadal.



Ignacio Grávalos,  
Arquitecto

### Biografía:

Diplomado en la Escuela Técnica Superior de Arquitectura de Barcelona (ETSAB). En 1998 funda el Grávalos & Di Monte junto con Patrizia Di Monte, en el que desarrolla diferentes proyectos y propuestas culturales. En 2009 el estudio propone y realiza el programa municipal de

"estonoesunsolar". En 2010 han finalizado las obras correspondientes a la Escuela Infantil del Casco Histórico de Zaragoza. En la actualidad es profesor de la Escuela de arquitectura de la Universidad San Jorge de Zaragoza. Ha obtenido los siguientes premios: 1º premio Paseo Marítimo en Torre Mileto (Italia), 1º premio concurso 12 viviendas en Zaragoza, 1º premio concurso torre de viviendas en Zaragoza, 3º premio concurso internacional de ideas para oficinas expo 2008, 2º premio internacional SAIE Selection 2010, Selección premio *Children in Scotland's Making Space Awards 2010*. Ha comisariado la exposición Estación AVE- Zaragoza: II Bienal de Arquitectura de Zaragoza y ha expuesto en el Concurso de proyectos sede oficinas Expo 2008 en Colegio Oficial de Arquitectos de Aragón (COAA). Ha participado como jurado en los siguientes concursos: Concurso nacional de rehabilitación del Teatro Fleta de Zaragoza. (2000), Concurso nacional para el Centro Aragonés del Deporte en Zaragoza (2001), Concurso internacional para el nuevo campo de fútbol en Zaragoza (2003), Concurso nacional para la nueva pista de hielo en Jaca (2005)

### Resumen:

El programa "estonoesunsolar" surge de un plan de Empleo cuyo objetivo principal es el mantenimiento y el saneamiento de los solares en estado de abandono del casco histórico de Zaragoza. A raíz de la iniciativa de Vacíos Cotidianos, asociaciones vecinales plantean al Ayuntamiento peticiones para que se sigan utilizando solares como espacios públicos de uso transitorio.

Una encomienda de gestión a la Sociedad Municipal Zaragoza Vivienda permite poner en marcha este programa. El enfoque que se le da es el de un programa experimental a nivel nacional ya que es la primera vez que se propone abrir cuantos más solares posibles, empezando una campaña de firma de convenios con propietarios que no estén interesados en edificar estos espacios a corto plazo.

Las intervenciones dibujadas varían desde jardines a huertos compartidos, espacios públicos infantiles, espacios deportivos etc. Este mecanismo permite generar pequeños equipamientos para los barrios en tiempos muy breves. Tras un análisis de los servicios existentes, usos predominantes, y un análisis socioeconómico de la población presente, se pone en marcha un proceso de participación ciudadana entre las distintas asociaciones existentes, y posteriormente se definen los organismos responsables de la gestión posterior y del mantenimiento de los espacios de nueva formación.

El fin es que los espacios colonizados y abiertos al público sean 100% utilizables. El nombre del programa "estonoesunsolar" responde al hecho que se invita a pensar de nuevo estos espacios abandonados y enquistados en la memoria cotidiana de los vecinos. Por otro lado, se crea un juego semántico dibujando uniformes para los trabajadores, ya que cada uno lleva una camiseta con

una de las palabras del lema propuesto. Ello lleva a una lectura cada vez distinta de la situación del lugar.

13.00h – 14.00h

*Debate - Coloquio con los ponentes*

**Ámbito: ARTE, TECNOLOGÍA Y CIUDAD:  
PRAXIS ARTÍSTICA, PRODUCCIÓN  
CULTURAL Y ACCESO CIUDADANO**

15.30h – 19.00h

**Coordinador:**



Rubén Gutiérrez, *Coordinador de Estudios e Investigación de la Fundación Autor*

**Biografía:**

Licenciado en Ciencias Económicas por la Universidad Autónoma de Madrid (1996), Máster en Gestión Cultural por la Universidad Complutense (1999) y Especialista en Investigación de Mercados por la Universidad Complutense de Madrid (2002). Coordina desde 1998 el Área de Estudios de la Fundación Autor de la SGAE, desde tal puesto ha participado en la dirección de estudios que han dado lugar a publicaciones como *el Anuario SGAE de las Artes Escénicas, Musicales y Audiovisuales*, *el Informe SGAE sobre hábitos de consumo cultural* y *El informe sobre acción cultural exterior de España*, entre otras. Participó, en la elaboración del estudio *Políticas culturales en España* para el Consejo de Europa, y forma parte del grupo de estudio impulsado por el Real Instituto Elcano sobre política cultural en el exterior. Ha realizado informes para otras instituciones como el Instituto Cervantes, la Generalitat de Catalunya, el Real Instituto Elcano y el Consejo Económico y Social de Aragón entre otras. Participó, junto con el Ministerio de Cultura, en el equipo de dirección de la Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales 2002/2003. Además de participar en distintos foros profesionales y, como docente, en varios másteres especializados, ha dirigido cursos y seminarios con diferentes universidades e instituciones españolas.

**Resumen:**

El triángulo propuesto como ámbito de estudio en esta tercera edición de Ciudades Creativas resulta enormemente motivador por lo que tiene de problemático. Si estudiamos los diferentes lados del triángulo, nos llevan a espacios simbólicos bien diferentes. Así, el lado ARTE-CIUDAD nos dirige hacia el ámbito de lo público, al espacio ciudad entendido como lugar de participación en las artes por parte de la ciudadanía: acceso

del ciudadano a las propuestas artísticas, acceso del ciudadano a la producción artística, propuestas artísticas en espacios públicos, intervención institucional (municipal) en estas relaciones, etc. Por otra parte, el lado CIUDAD-TECNOLOGÍA, si bien aún en el espacio simbólico de lo público, nos remite de manera más directa a cuestiones relacionadas con la producción (producción de bienes y servicios mediante la tecnología) pero también con la participación: la tecnología, las ya no tan nuevas tecnologías de la información y de la comunicación al servicio de la participación ciudadana y el fortalecimiento de lazos de comunidad. Ese mismo lado ofrece también otra dimensión, relacionada con la CIUDAD como contenedor de empresas de TECNOLOGÍA. Finalmente, el lado ARTE-TECNOLOGÍA nos sitúa en el espacio de lo privado: la tecnología como insumo para la producción (y alteración) de arte y como elemento modificador de las pautas de consumo y recepción.

Así pues, la dimensión privada de este lado amenaza con desplazar al triángulo en su conjunto hacia un espacio privado: la tecnología como medio para una mejor/distinta/nueva/más barata/más eficiente/etc. producción de elementos artísticos y como medio también para una recepción más sencilla/barata/democrática/etc. por parte del individuo/ciudadano. Esta visión, quizás la más extendida, deja prácticamente de lado el tercer vértice, el vértice CIUDAD, reducido tan solo a un lugar de encuentro entre un almacén de voluntades individuales (utilidad y satisfacción individual) y otro almacén de ofertas artísticas, es decir, la CIUDAD entendida como MERCADO.

Sin embargo, y creo que éste es el objetivo de dedicar una larga sesión y el esfuerzo de participantes –algunos venidos del otro lado del Atlántico– analizar la dimensión pública de este triángulo supone un reto de carácter prioritario, ya que en buena medida el diseño de políticas culturales públicas, la legitimación de las mismas, las relaciones entre clústers tecnológicos y poderes públicos y la articulación de la ciudadanía en el paradigma tecnológico que le es propio dependen de cómo actuemos a corto plazo en este triángulo.

Tras décadas de políticas culturales administradas por instituciones democráticas, resulta obvio que uno de los grandes déficits es el de la participación cultural. Así, mientras que las políticas de oferta han modificado la estructura de producción artística en el conjunto del Estado español así como incrementado el parque de infraestructuras destinadas a usos culturales y artísticos, las políticas de demanda (participación de la ciudadanía, planes de desarrollo de audiencias) han brillado por su ausencia, y, si bien estuvieron presentes en el estadio de la animación socio-cultural de finales de los años 70 y comienzos de los 80 (democracia cultural) no continuaron su progreso en el salto hacia las políticas culturales tal y como las hemos entendido

desde aquellas fechas hasta, al menos, el año 2008. La ausencia de políticas activas orientadas a la participación cultural resulta mucho más llamativa cuando analizamos la relación entre la ciudadanía y las disciplinas artísticas y culturales que, en buena medida por sus propias características, se desarrollan en el ámbito de lo público y no tanto del privado (mercado), con una muy fuerte financiación pública proveniente de los impuestos generados por el conjunto de la ciudadanía. Me estoy refiriendo, entre otros, a los indicadores de asistencia a conciertos de música clásica, que apenas experimentaron crecimiento entre 1990 y 2006/07 (se pasó del 6,4% de ciudadanos del conjunto del Estado español que acudían al menos una vez al año a este tipo de conciertos en 1990 al 8,4% en 2006/07, o a los correspondientes al teatro –13,5% en 1990 a 19,1% en 2006/07– o los aún casi marginales porcentajes correspondientes en 2006/07 a la asistencia a espectáculos de danza (5,1%) u ópera (2,7%)<sup>1</sup>.

Resulta absolutamente prioritario poner el énfasis en políticas públicas orientadas al desarrollo de la demanda: democratización del acceso a la cultura. En la planificación de las políticas públicas orientadas a tal fin aparecen dos elementos básicos. En primer lugar, la ciudad, y no la Comunidad Autónoma o el Estado, como unidad básica de intervención. Lamentablemente, somos muchos los que hemos tenido que escuchar de fuentes con elevados grados de responsabilidad que si no se hace una política de demanda desde las altas administraciones es porque en realidad, no le suponen efectividad si no son desarrolladas por las administraciones locales. Por otro lado, la tecnología, que incide directamente tanto en los procesos de producción artística como de recepción y que está modificando el papel del ciudadano con respecto a la cultura. Conceptos como el de *prosumer* (*producer+consumer*) escalan rápidamente posiciones en la terminología de los gestores culturales y los sociólogos. Ahora bien, el reto consiste en elaborar políticas que, tanto para la recepción como para la producción artística, tengan en cuenta el elemento tecnológico en el entorno de la ciudad.

Ese reto, en cualquier caso, tiene lugar en un contexto institucional muy diferente al de los últimos tres lustros. Me refiero al contexto económico, que afecta de manera decidida a los presupuestos públicos destinados a la política cultural en el ámbito local y regional, con descensos en algunos casos de más del 50% acumulado en tan sólo dos años. En este contexto, acciones que pasan por la privatización de servicios culturales o, incluso, con la cesión de espacios y recursos de titularidad pública a colectivos ciudadanos en fórmulas de

auto-gestión (véase el caso paradigmático del Centro Social Autogestionado Tabacalera, en Madrid, en las instalaciones del proyectado Centro Nacional de Artes Visuales del Ministerio de Cultura) pueden modificar tanto las dinámicas de participación como la propia dimensión del espacio público.

Además, iniciativas participativas, basadas muchas de ellas en el aprovechamiento de las nuevas tecnologías, inciden en la creciente importancia del amateurismo cultural, como proceso que vincula de manera activa al ciudadano con la praxis artística y su entorno local. Estas iniciativas, desarrolladas en numerosos *media-labs*, muchos de ellos por iniciativa municipal, basculan sobre la potencialidad de las nuevas tecnologías para incrementar la participación del ciudadano en la vida artística y social de su ciudad, bordeando además los peligrosos límites entre la hasta ahora prioritaria profesionalización del sector cultural con la iniciativa amateur que, en principio, no se constituye en una alternativa sino en un proceso complementario. Sin embargo, queda mucho trabajo por hacer en ese sentido. Desarrollar las potencialidades de las TICs para la praxis artística ciudadana debe ser uno de los objetivos que, también a corto plazo, se marquen las administraciones públicas. Ofrecer *wi-fi* gratuita en los parques para que los ciudadanos puedan enviar *e-mails* o consultar su blog favorito a la sombra de los almendros en flor y organizar portales en los que subir, por ejemplo, grabaciones de campo para realizar un proyecto de arte sonoro sobre la ciudad (*Sound and the city*, desarrollado por Yan Jun en varias ciudades chinas o, más cercano, el proyecto *Metros cuadrados de sonido*, realizado este mismo año por el *Intermediae* de Madrid sobre el barrio de Legazpi o algunas de las iniciativas de *soundscape* y *visualscape* en las que ha participado Agustín Serra) son opciones bien distintas. Lamentablemente, en estos primeros momentos, parece que priman acciones que de alguna manera convierten en privados lugares públicos a través de las TICs en vez de utilizar éstas como instrumentos para favorecer la participación ciudadana en los espacios públicos.

También las tecnologías han incidido, en lo que a materia cultural se refiere, en los procesos de prescripción. Como bien señala uno de los participantes de esta mesa, George Yúdice, “las nuevas tecnologías han hecho posible descartar a los árbitros del gusto”<sup>2</sup>. En este contexto de cambio en lo que a los modelos tradicionales de prescripción cultural se refiere, a las administraciones públicas les corresponde la responsabilidad de dotar a todos los ciudadanos de unas condiciones mínimas óptimas en las que jugar este nuevo juego. Por un lado, evitando la aparición de nuevos elementos de desigualdad –no puedo evitar citar el trabajo de García

<sup>1</sup> Datos de 1990: *Equipamientos, prácticas y consumos culturales de los españoles*. 1993; Datos de 2006/2007: Ministerio de Cultura. *Encuesta de hábitos y prácticas culturales en España*. 2007

<sup>2</sup> Yúdice, G. (2007). *Nuevas tecnologías, música y experiencia*. GEDISA. Barcelona. Pp. 96.

Canclini *Diferentes, desiguales y desconectados*— relacionadas con la poca equitativa distribución del capital cultural ahora explicitado a través de una nueva brecha entre ciudadanos: la brecha digital. Por otro, contribuyendo de manera activa a imbricar la tecnología en su dimensión empresarial e industrial en los procesos y dinámicas sociales. La integración de la clase creativa que trabaja en centros como el distrito *22@ de Barcelona*, aquí representado por Josep Miquel Piqué o la *Milla Digital* y el *Centro de Arte y Tecnología de Zaragoza*, representado por Ricardo Cavero, en la dinámica cultural de la ciudad constituye un importante activo que no tendría sentido que no fuera aprovechado para el fomento de la creatividad y la innovación, revirtiendo de manera clara en la ciudad y sus barrios. Confiamos en que este triángulo ARTE-TECNOLOGÍA-CIUDAD contribuya a articular la ciudadanía en un proyecto colectivo y que, por el contrario, se resista a las cada vez mayores tentaciones de incidir en políticas que tengan si no como principal objetivo sí como más probable resultado la reducción del espacio público cultural y artístico.

15.30h – 16.00h

### **Creatividad para todos**



George Yudice, *Profesor del Departamento de Lenguas y Literaturas Modernas de la Universidad de Miami*

#### **Biografía:**

Es profesor titular del Departamento de Lenguas y Culturas Modernas y del Programa de Estudios Latinoamericanos en la Universidad de Miami. Se doctoró en Lenguas y Literaturas Románicas en la Princeton University, y también cursó el doctorado en Sociolingüística en el Graduate Center de la City University of New York. Dirige el Observatorio de Miami de Industrias Culturales y Creativas, un proyecto colaborativo entre investigadores de la Universidad de Miami y la Florida International University. Se especializa en investigación en nuevos fenómenos estéticos en la era digital; los usos económicos y sociales de la cultura, sobre todo en las industrias culturales y creativas; el impacto cultural de las nuevas migraciones; y la cultura en Centroamérica. Lleva más de diez años estudiando los sistemas de producción y distribución de las artes, medios y culturas populares en América Latina, los EEUU y Europa. Estuvo en la junta editorial de *Social Text* durante dos décadas y está en los consejos editoriales de *International Journal of Cultural Policy*, *Cultural Studies*, *Found Object*, *Topia: Canadian Journal of Cultural Studies*, y *Z Revista Cultural* del Programa Avanzado de Cultura Contemporânea (Rio de Janeiro).

#### **Resumen:**

Las ciudades creativas, cuyos más conocidos ejemplos son norteamericanos y europeos, por lo general ponen el énfasis en la atracción de innovadores altamente calificados que contribuirán al PIB municipal (ver el modelo de ciudad creativa de Richard Florida). La infraestructura cultural tiene mucho que ver con la atracción de esos innovadores, pero una ciudad realmente creativa —en la que los recursos se distribuyen entre todos, priorizando los más necesitados— no se logra con la construcción de un museo (el Guggenheim de Bilbao o el MACBA de Barcelona) o un complejo de bibliotecas (Medellín) sino en la articulación de esos inmuebles con los otros sectores sociales. Se trata de una gestión compleja e intersectorial, no sólo entre gobierno, empresariado, comunidad, y tercer sector, sino también entre varios sectores gubernamentales: cultura, educación, turismo, comercio, inmobiliario, seguridad, transporte, etc. No todos los ejemplos de las ciudades creativas son exitosos en el sentido de la inclusión social. Por lo general, se desarrollan secciones de la ciudad sin articularlas con otras secciones. A menudo, la revitalización urbana basada en la construcción de infraestructura cultural acaba elitizando barrios y expulsando habitantes de bajos ingresos. Esta ponencia enfocará algunos ejemplos de ciudades creativas exitosas en la inclusión de los sectores más necesitados.

16.00h – 16.30h

### **Ecología de la Innovación: El caso del 22@Barcelona**



Josep Miquel Piqué,  
*Consejero Delegado de la Sociedad 22@ de Barcelona*

#### **Biografía:**

Licenciado en Ingeniería de Telecomunicaciones por La Salle y la Universitat Politècnica de Catalunya (UPC) y MBA por ESADE, asimismo es diplomado por el Massachusetts Institute of Technology (MIT), la University of California-Berkeley y la Universitat Ramon Llull. Actualmente y desde 2007, es consejero delegado de 22@Barcelona, donde promueve la economía y la sociedad del conocimiento para consolidar el 22@Barcelona como nodo internacional de innovación. Es discípulo del profesor Henry Etzkowitz (Newcastle University), cocreador del modelo de la Triple Hélix; asimismo es discípulo de los profesores de la UPC Francesc Solé Parellada (Emprendimiento) y Joan Mundet (Sistemas de Innovación). También es presidente de la XPCAT, red catalana de parques científicos, y vice-presidente de la APTE, red española de parques científicos. Su larga trayectoria en gestión universitaria le ha permi-

tido impulsar programas de posgrado, centros de transferencia tecnológica, incubadoras universitarias y parques de innovación en ciencia y tecnología. Como director de La Salle Parque de Innovación, fomentó la creación de empresas basadas en tecnología, centrándose especialmente en las llamadas Born Global Companies. Ha promovido diferentes organizaciones híbridas a partir del modelo de partenariado entre universidad, industria y administración pública. Entre otros, destaca la creación de la XPCAT, que articula los parques científicos y tecnológicos de Cataluña; la primera red de Business Angels Universitarios que cuenta con la participación de cinco universidades; la apertura en Barcelona de la primera delegación internacional del Keiretsu Forum, la principal comunidad inversora de Estados Unidos formada por inversores privados (angels), capital riesgo e inversores corporativos, en colaboración con la Cámara de Comercio de Barcelona, La Caixa, La Salle y la empresa Roca i Junyent.

### Resumen:

Una ciudad creativa es una organización socio-económica productiva que realza su ventaja creativa alojando industrias culturales y empleando trabajadores creativos (Lazzeretti and Nencioni, 2005). Generalmente, estas ciudades se desarrollan alrededor un red de industrias que se juntan en un espacio geográfico o clúster y atraen profesionales, directivos y trabajadores técnicos (Scott, 2006). Las ciudades creativas surgen donde la Nueva Economía está bien desarrollada y donde hay un buen equilibrio entre el sistema productivo y el entorno cultural urbano (Scott, 2006). Las industrias de estos clústers son industrias creativas, ampliación del sector cultural que incluye el sector multimedia y otras industrias relacionadas con las nuevas tecnologías (Lazzeretti and Nencione, 2005). Son industrias que proveen bienes y servicios asociados a los valores culturales, artísticos y de ocio (Caves, 2000).

La convergencia de tecnología, economía y arte es una ventaja competitiva para atraer trabajadores creativos (Lazzeretti and Nencioni, 2005). Estos trabajadores demandan los bienes y servicios culturales, artísticos y de ocio producidos por las industrias creativas. Así, los empleados de las ciudades creativas son tanto productores como consumidores de los productos creativos (Scott, 2000). Por este motivo, las ciudades creativas consisten en empleo altamente calificado, ofrecen un amplio abanico de servicios culturales como museos, galerías de arte, auditorios, y distritos de ocio multidisciplinarios; además son un ejemplo visible de una ciudad social y sostenible dominada por espacios verdes y exclusivos paisajes urbanos, facilidades para comprar, y reconocidos enclaves residenciales (Scott, 2006).

En estas ciudades, la cultura juega un papel estratégico en el desarrollo económico sostenible (OECD, 2005). Las industrias creativas atraen gente creativa,

y, a su vez, estas personas calificadas y productivas atraen otras personas calificadas y productivas (Florida, 2008). Las ciudades cosmopolitas emergen como resultado de la atracción de gente de diferentes países y culturas, y la diversidad se convierte en un "estímulo vital para la innovación" (Florida, 2008). La diversidad cultural activa nuevos clústers innovadores (Sacco and Pedrini, 2003) y contribuye al rejuvenecimiento de los sectores tradicionales (Lazzeretti, 2007). En un sistema local de alta cultura, una amplia donación de recursos artísticos, naturales y culturales es gestionado de forma sostenible y eficiente por una red de actores económicos, no-económicos e institucionales (Lazzeretti, 2003). Si estos clústers de "alta cultura" se transforman en creativos, haciendo que la cultura pase de ser un factor de producción a una fuente de innovación (Cooke and Schwartz, 2007), el entorno puede ser capaz de iniciar o volver a desarrollar una variedad de nuevos clústers de innovación y atraer profesionales creativos (Lazzeretti, 2007). Cuando los profesionales creativos son atraídos por las industrias creativas y estos profesionales refuerzan los ciclos innovadores que atraen nuevos trabajadores creativos, emerge la ciudad creativa (Florida, 2005, 2008).

16.30h – 17.00h

*Pausa café*

17.00h – 17.30h

### La ciudad como ficción total



Agustín Serra Bosquet, *Profesor de Comunicación Audiovisual. Universidad Europea de Madrid (U.E.M), Director General de Videar (Zaragoza), artista y compositor*

### Biografía:

Es Licenciado en Historia del Arte, Posgraduado en Lenguajes de Vídeo y TV, y Posgraduado en Comunicación Digital. Actualmente, es director general de Videar S.A., asimismo es Profesor de Producción Cinematográfica y Narrativa Audiovisual en la Universidad Europea de Madrid. Ha sido asesor externo de la Expo2008 en el plan de contenidos temáticos y expo-grafía. Profesional de amplia experiencia en la dirección de proyectos audiovisuales avanzados, con una obra que conforma una creación muy cercana a la nueva narrativa. Su trabajo se ha adentrado en nuevas formas de lenguaje audiovisual con el diseño y dirección de arte de visionariums y multipantallas como el de *Metamadrid* para la Bial de Arquitectura de Rotterdam. Ha sido el responsable de equipos creativos de vanguardia en el diseño de producción y media-arts aplicando las tecnologías avanzadas en ámbitos culturales y artísticos como, entre otros trabajos, en los

realizados para la exposición inaugural de la *Catedral de La Seo de Zaragoza*, espacios expográficos permanentes como el *Castillo Palacio del Papa Luna*, el *Museo del Agua*, o espacios temáticos inmersivos como *La Espiral del Pensamiento*. Ha sido consultor en las áreas de *soundscape*s y *visualscapes* para proyectos internacionales como el *Parque del Mediterráneo del Silk Road Park de Xiang en China*, el *Master Plan de la Nueva Ciudad del Turismo de Saemangeum en Corea del Sur* o la torre *dCALL* en Dubai.

### Resumen:

El juego. La ciudad ha sido desde siempre un lugar ficcionado. Muy ficcionado. Un espacio construido que afecta, por supuesto, a las personas que lo habitan y a la forma en que lo hacen. Hasta hace poco esta ficción, esta forma de construir la realidad en las ciudades era una tarea básicamente arquitectónica y urbanística. Pero desde hace unas décadas, la tecnología ha desarrollado nuevos recursos que permiten alterar nuestra forma de entender la ciudad... los muros pantalla, los grandes sistemas visuales de información exterior, el digital signage... Hoy, una ciudad no es tan solo una ciudad. Son muchas ciudades... porque su paisaje de información, su "infoscape" puede ser variable y además sus contenidos afectan directamente a la forma de percibir y vivir la ciudad. Es... otra dimensión. Pero hay más... hay más dimensiones. Hoy los sistemas y dispositivos móviles personales permiten alterar de forma casi absoluta la percepción de nuestro entorno; desde el aislamiento personal... hasta la sobreinformación a través de los sistemas de realidad aumentada, los códigos bidi o la información automática geoposicionada. Son nuevas formas de construir nuestra realidad... Por eso propongo que, como punto de partida y para ayudarnos a reflexionar, aceptemos el juego de entender la ciudad como "un escenario de ficción", y en nuestro caso... "un escenario de ficción total".

Entender la ciudad como ficción total significa aceptar nuestro espacio urbano como una megadiégesis. Es decir, un gran espacio donde se desarrolla nuestra ficción. Y este gran espacio de ficción que es la ciudad contemporánea, participa de los rasgos identitarios de lo que en los noventa comenzó a llamarse hipertexto e hipermedia que nos induce a entender el espacio que habitamos como un espacio de juego interactivo, inacabado, dialógico, abierto incluso a las ficciones azarosas, sinestésico, mestizo... Pero, ¿es real ésta ficción? Por supuesto. Es nuestra realidad. Es curioso que cuando estamos en el medio rural o disfrutando de la naturaleza solemos utilizar mucho la expresión: "esto es auténtico"... yo al menos nunca he escuchado decir: "esto es real". Habitualmente entendemos el espacio no urbano como algo "no construido", algo "no ficcionado"... algo "auténtico". Sin embargo la ciudad del siglo XXI es un fantástico "constructor de ficciones",

un auténtico *work in progress*, una obra eternamente inacabada. Es una ficción... completamente real.

- **Potencialidades ¿dónde llega tu imaginación?** Los orientales dicen que el primer paso para que algo pueda suceder es ser capaces de imaginarlo. Los límites de la unión entre el arte y la tecnología acaban precisamente allí, donde acaba nuestra imaginación. Las potencialidades de esta unión son exactamente... infinitas. Pero ¿es esto nuevo? En absoluto. A lo largo de toda la historia, como por ejemplo en el Renacimiento, las difusas fronteras entre la ciencia, el arte y la tecnología han sido los caminos por donde ha evolucionado la creatividad y los nuevos desafíos estéticos. Entonces, ¿cuál es la diferencia?; ¿más tecnología?, ¿más investigación científica?, ¿más creatividad?... No lo creo. Al fin y al cabo se trata de estadios evolutivos. Quizás la auténtica diferencia esté en nosotros mismos, en los ciudadanos. Porque en toda esta ficción lo que verdaderamente ha cambiado es el espectador... un espectador consciente de serlo, un ciudadano evolucionado. Nuestras ciudades nos han convertido en multirreceptores activos. Ahora, los protagonistas del nuevo desarrollo cultural somos todos, desde los creadores independientes hasta los mayores proyectos ciudadanos, como los centros de arte y tecnología.

- **Las estrategias: límites transitados.** En el siglo XXI el arte y la cultura no se exponen, sobre todo, se producen y se difunden. Este concepto es fundamental para poder imaginar las estrategias que seguramente deberíamos seguir los próximos años... al fin y al cabo somos nosotros los que vamos a crear ese próximo escenario de ficción. Supongo que en este punto podríamos eternizarnos con una lista de políticas, iniciativas y estrategias aplicables... por eso voy a centrarme sobre dos estrategias muy concretas; impulsar los centros de arte y tecnología como nodos conectados de alto rendimiento creativo y cultural, y potenciar la producción de contenidos y de nuevos productos culturales.

- **La ciudad como ficción total ¿te gusta imaginar?** Los artistas, los creadores y los productores que deseemos ser auténticamente contemporáneos y que queramos participar en esta ficción artística y cultural de nuestras ciudades tenemos un reto nada fácil: dar respuestas creativas a este cosmos en permanente ebullición. Edmund Burke decía que "*para que triunfe el mal basta que los hombres de bien no hagan nada*"... pero, ya hemos dicho que la inacción no es buena compañera para el ciudadano actual... así que casi es mejor que nos pongamos a imaginar qué podemos hacer, qué podemos aportar, hacia dónde podríamos dirigirnos en esta metaficción en la que estamos inmersos e intentar responder a una pregunta: ¿qué podemos aportar los agentes privados a todo este proceso?

17.30h – 18.00h

### **Estrategias públicas para la transformación cultural a través de la tecnología: Milla Digital y el Centro de Arte y Tecnología (Zaragoza)**



Ricardo Cavero. *Director general de Ciencia y Tecnología del Ayuntamiento de Zaragoza*

#### **Biografía:**

Ingeniero de Telecomunicación y PDD-IESE. En estos momentos, Ricardo Cavero es Director General de Ciencia y Tecnología en el Ayuntamiento de Zaragoza, cargo que ocupa desde julio de 2007. Fue elegido Concejal del Ayuntamiento de Zaragoza en mayo de 2003, cargo que ocupó hasta mayo de 2007, teniendo entre sus responsabilidades la entonces nueva Concejalía de Ciencia y Tecnología. Desde 2003, es el responsable de los programas enfocados en el desarrollo de la Sociedad del Conocimiento, tanto en los proyectos internos que incluyen la eAdministración, el eGovernment o la implantación de software libre en el ayuntamiento, como en todos aquellos proyectos relativos a la vertiente ciudadana, promoción del uso de TICs etc. Junto con José Carlos Arnal, es el promotor y ejecutor del proyecto de la Milla Digital de Zaragoza. Antes de unirse al equipo de Juan Alberto Belloch, ha desarrollado su actividad profesional en compañías de IT como INDRA, Lucent Technologies y Reuters.

#### **Resumen:**

Se plantea como ejemplo Milla Digital (Zaragoza), como combinación de equipamientos públicos de nueva generación, en un entorno artístico y tecnológico avanzado para fomentar la creatividad y la innovación. Dentro de la temática de la mesa, se inscribe el proyecto por su capacidad de fomento del desarrollo cultural urbano a través de “intersecciones”.

Milla Digital es una clara plasmación de cómo la tecnología y un modelo diferenciado de espacio público, aunándose con los mencionados equipamientos mixtos, como pueda ser el futuro Centro de Arte y Tecnología, puede favorecer la creación cultural.

En este caso, a diferencia de otros ejemplos de “contenedores culturales” de diversa índole o Centros de Cultura Contemporánea, se trata de lograr una integración potente entre equipamientos, uso ciudadano, creación artística, consumo cultural y ocio. Por ejemplo el Centro de Arte y Tecnología (CAT), gran corazón cultural de Milla Digital, englobará diferentes funciones en sus 13.000 m<sup>2</sup> útiles: centro de cultura contemporánea, escaparate de las expresiones artísticas más vanguardistas, taller y residencia para creadores y tecnólogos, espacio de formación especializada en los nuevos ámbitos surgidos por la intersección del arte y la tecnología, laboratorio de ideas

para la ciudad digital, así como una incubadora de nuevas empresas del sector de los contenidos.

No se trata de un equipamiento aislado: Milla Digital se conformará como un nuevo eje de cultura urbana, con elementos como el CAT, junto con el Caixaforum, o el Digital Water Pavilion, y reforzado por otros equipamientos externos al proyecto, pero complementarios como el Pabellón Puente.

Surge de este modo un potente continuo urbano en el que cultura, arte y tecnología son protagonistas. Es asimismo un modo de hacer ciudad, una ciudad diversificada y de usos mixtos diferente a la combinación clásica de vivienda, usos terciarios y equipamientos convencionales.

Quizá el mayor reto del proyecto, más allá de la construcción de los propios edificios, es situar al ciudadano y al creador como protagonistas, gracias a un enfoque de código abierto, con el CAT, y al resto de equipamientos, como grandes bancos de prueba de nuevas expresiones y tendencias, tanto para creadores como para ciudadanos y empresas.

Para lograrlo, otro gran reto e indicador futuro de éxito es aunar el papel de los agentes locales públicos (como impulsores del proyecto), y los privados (colectivos y empresas) mediante sinergias para delimitar proyectos en común de ámbito realmente innovador.

18.00h – 19.00h

*Debate - Coloquio con los ponentes*

#### **BUENAS PRÁCTICAS**

En esta tercera edición las Jornadas ponen en marcha una nueva sección dedicada a difundir buenas prácticas relacionadas con los ámbitos que se abordan. Las experiencias seleccionadas serán difundidas durante las Jornadas así como en el blog, la web y el libro que se editará a posteriori. A continuación detallamos un pequeño resumen de las mismas.

#### **Título: Las Noches Eufóricas, para transfigurar lo cotidiano de la ciudad**

**Ciudad: Tournefeuille**

#### **Resumen:**

La ciudad de Tournefeuille lleva a cabo desde hace muchos años una política cultural que concilia el apoyo a la creación, el vínculo entre arte y la población y la apertura al mundo.

De hecho, el arte y la cultura son vectores del desarrollo urbano y contribuyen a crear una identidad basada en la convivencia y el intercambio en esta ciudad de los afueras de Toulouse. Se experimenta aquí una nueva economía de la cultura que crea empleos.

Las Noches Eufóricas constituyen el punto culminante de cada temporada, para ocupar el espacio público, crear una nueva relación entre arte y población y abrir el territorio sobre la diversidad de las culturas y sobre lo imaginario. El evento es organizado en cooperación con las

ciudades de Olot y Huesca en España, en el marco del programa transfronterizo "Ciudades 3.0" financiado por la Unión Europea. Preparadas a través de reuniones de concertación y un trabajo transversal de concepción, aparecen durante las Noches Eufóricas propuestas artísticas en el espacio urbano y en los lugares de vida, buses, casas, con la participación activa de la población. Dos marionetas utilizan los transportes públicos, fotos gigantes convierten la calle en galería de arte, un gran espectáculo de calle reúne más de 5.000 personas para una noche mágica... así se transforman la vida cotidiana y la mirada sobre la ciudad, sobre el otro y su cultura.

**Título: Barrios creativos: proyecto de difusión de las artes visuales en el territorio**

**Ciudad: Terrassa**

**Resumen:**

Barrios Creativos, es un proyecto de nueva creación, que se integra en el marco del programa de difusión cultural en el territorio, llevado a cabo por el Servicio de Cultura del Ayuntamiento de Terrassa.

Barrios Creativos responde al objetivo de descentralización cultural, creación comunitaria, dinamización socio-cultural, trabajo en el territorio y la captación de nuevos públicos y lo hace a partir de un proceso de trabajo, de tres meses de duración, entre cinco artistas locales y cinco colectivos de la ciudad.

Este proceso parte de la elección de un símbolo emocional que define e identifica cada uno de estos cinco barrios y mediante el trabajo conjunto entre los artistas y los colectivos participantes, este símbolo acabará siendo materializado en un producto artístico.

Los resultados obtenidos son expuestos conjuntamente en la Sala Muncunill (Sala Municipal de Arte ubicada en el distrito centro de la ciudad) posibilitando la visión conjunta de cinco reflexiones acerca del territorio, a la vez que conecta con colectivos no habituales de la Sala de Arte.

Finalmente, cada colectivo participante, recupera los resultados de su proceso de creación, quedando éste, como elemento patrimonial perteneciente a su propio territorio.



fundación **kreanta**



# **MEMORIA III**

# **JORNADAS CIUDADES**

# **CREATIVAS**

## **III JORNADAS FUNDACIÓN KREANTA**

**“El impacto de la cultura en el territorio y la  
economía de las ciudades”**

25 y 26 de noviembre de 2010

Centro de Historia de Zaragoza

Zaragoza

**DICIEMBRE 2010**

## ÍNDICE

1. OBJETIVOS .....	1
2. PROGRAMA .....	4
3. RELACIÓN DE LAS INSTITUCIONES ASISTENTES.....	8
4. PERFIL DE LOS ASISTENTES .....	11
4.1 Asistentes según género .....	11
4.2 Asistentes según ámbito institucional.....	12
4.3 Asistentes según cargo .....	12
4.4 Asistentes según lugar de procedencia .....	12
4.5 Asistentes según sector temático de procedencia .....	13
4.6 Evolución perfiles de los asistentes 2008-2010.....	13
5. COMUNICACIÓN Y DIFUSIÓN.....	16
6. EVALUACIÓN.....	17
6.1 Información.....	17
6.2 Contenido de las jornadas .....	20
6.3 Organización general .....	22
7. DOSSIER FOTOGRÁFICO .....	25

## 1. OBJETIVOS

La Fundación Kreanta ha organizado conjuntamente con el Ayuntamiento de Zaragoza las terceras Jornadas sobre Ciudades Creativas en la ciudad de Zaragoza. Las Jornadas han sido un encuentro de profesionales para debatir durante dos días sobre creatividad, innovación y cultura en las ciudades. Las Jornadas han tenido el apoyo del Ministerio de Cultura, la Agencia Española de Cooperación Internacional, el Gobierno de Aragón, la Diputación de Zaragoza, el grupo Eulen, Red Interlocal, Procura, CIDEU, Milla Digital, Ebrópolis, la Cámara de Comercio de Zaragoza, la Federación Española de Municipios y Provincias (FEMP) y Gestión y Cultura.

### Las jornadas pretendían:

- **Reunir** a profesionales de la gestión cultural de toda España para intercambiar reflexiones y prácticas sobre la acción cultural en el mundo local.
- **Debatir** sobre el impacto y las relaciones de la cultura y las industrias culturales con el territorio, la economía y la competitividad de las ciudades.
- **Promover** el diálogo y el debate del sector cultural con los sectores del urbanismo y la promoción económica local.
- **Impulsar** el desarrollo de la innovación en la agenda local de la cultura.
- **Potenciar** la centralidad de la cultura en las políticas locales.

### Participantes:

Las Jornadas han estado orientadas a los profesionales de la gestión cultural, tanto del **sector público como del sector privado y del tercer sector de España**. Las Jornadas también han estado abiertas a la participación de otros profesionales vinculados al desarrollo cultural de las ciudades tanto en el ámbito del **urbanismo como de la promoción económica**. Finalmente, las Jornadas están dirigidas a **investigadores y docentes** de las políticas culturales locales.

### Contenidos:

Las Jornadas se han articulado en cuatro ámbitos temáticos:

- 1) **Industrias culturales y creación de empleo cultural: prácticas, políticas y financiación**. Las industrias culturales y la economía de la cultura están contribuyendo de forma importante a la reformulación de los modelos de

crecimiento y constituyen uno de los núcleos importantes de creación de empleo. Promover una reflexión crítica sobre la generación de empleo en cultura en el contexto económico contemporáneo y analizar las prácticas de creación de empleo cultural en el sector de las industrias culturales y creativas en diferentes países y su impacto en el desarrollo local han sido los objetivos del ámbito, el cual se ha articulado en los siguientes ejes: políticas locales, internacionalización y mecanismos de financiación y fomento.

- 2) **Nuevos espacios para la creatividad: los centros culturales del siglo XXI.** La transformación de antiguos espacios industriales o en desuso en nuevos espacios para la producción cultural es actualmente uno de los temas centrales de la agenda cultural local. Estos espacios además de impulsar las industrias culturales de las ciudades y sus creadores, han representado un fuerte impacto en la regeneración urbana del territorio donde se implantan, promoviendo la participación cultural y la cohesión social en su entorno, reforzando la singularidad y dinamismo de la zona y fomentado el uso sostenible de los espacios urbanos. En el ámbito se ha trabajado en el conocimiento de la tipología de proyectos, los programas funcionales y los modelos de gestión.
- 3) **Cultura y desarrollo urbano: distritos culturales, centros históricos, eventos...** Los itinerarios por los que se ha desarrollado la concurrencia entre la planificación territorial, la planificación cultural y el marketing de ciudad se expresa de diversas maneras. La cultura se ha convertido en un elemento clave en las políticas y programas de desarrollo urbano, sea asociada a los recursos patrimoniales (centros históricos o conjuntos monumentales) o a los polos de producción y creación artística (distritos culturales), así como a la organización de eventos culturales, ya sean específicos (capitales culturales) o asociados a otro tipo de acontecimientos (fóruns) o simplemente promoviendo el equipamiento cultural como espacio público.
- 4) **Arte, tecnología y ciudad: praxis artística, producción cultural y acceso ciudadano.** Este ámbito ha tenido por objetivo el análisis de las intersecciones entre las artes, las tecnologías digitales y la práctica y el consumo cultural en las ciudades. Las tecnologías digitales están cambiando la praxis artística, la producción cultural y el acceso de los ciudadanos a la oferta cultural. Se propone una mirada desde las ciudades a este proceso de transformación cultural. ¿Cuáles son las potencialidades de este proceso para el desarrollo cultural urbano? ¿Qué estrategias se tienen que impulsar desde el sector cultural? ¿Cuál es el papel de los agentes locales públicos y privados?

**Comité organizador:**

**Dirección:** Félix Manito, Montserrat Pareja-Eastaway y José Ramón Insa.

**Coordinadores de ámbito:** Pau Rausell (Industrias culturales y creación de empleo cultural); Miguel Zarzuela (Nuevos espacios para la creatividad); Montserrat Pareja-Eastaway (Cultura y desarrollo urbano); y, Rubén Gutiérrez del Castillo (Arte, tecnología y ciudad).

**Consejo Asesor:** Lluís Bonet; Javier Brun; Jesús Cantero; Xavier Cubeles; José Ramón Insa; Ferran Mascarell; Eduard Miralles; Pau Rausell; Fina Sitjes; Fernando Vicario; Ramón Zallo.

**Coordinación contenidos:** Carme Molero (Fundación Kreanta).

**Comunicación:** Julia López Madrazo (Ayuntamiento de Zaragoza).

**Secretaría técnica:** Beatriz Marbella (Fundación Kreanta) y Patricia Shelly (Ayuntamiento de Zaragoza).

**Fotografía:** Aphoto Agency.

## 2. PROGRAMA

<b>Jueves 25 de noviembre</b>	
<b>Mañana</b>	
08:30h- 09:00h	Acreditaciones y entrega de documentación
<b>Acto inaugural</b>	Félix Manito. <i>Director de las Jornadas y presidente de la Fundación Kreanta.</i>
09:00h- 09:30h	Jerónimo Blasco. <i>Consejero de Cultura del Ayuntamiento de Zaragoza.</i> M <sup>a</sup> Victoria Broto. <i>Consejera de Cultura del Gobierno de Aragón.</i>
<b>ÁMBITO: INDUSTRIAS CULTURALES Y CREACIÓN DE EMPLEO CULTURAL: PRÁCTICAS, POLÍTICAS Y FINANCIACIÓN</b>	
<b>Coordinadora:</b> Pau Rausell. <i>Profesor del Departamento de Economía Aplicada de la Universidad de Valencia.</i>	
<b>Ponencias</b>	<b>¿Qué es una ciudad creativa?</b>
09:30h-10:00h	Xavier Greffe. <i>Profesor de la Universidad Paris 1.</i>
10:00h-10:30h	<b>La historia interminable: ciudad, ecosistema emprendedor y universidad</b> José Ruiz Navarro. <i>Catedrático de Organización de Empresas y Director de la Cátedra de Emprendedores de la Universidad de Cádiz.</i>
<b>Debate</b>	<b>Coloquio con los ponentes de la primera sesión de la mañana</b>
10:30h-11:00h	
<b>11:00h-11:30h</b>	<b>Pausa café</b>
<b>Ponencias</b>	<b>Las industrias culturales latinoamericanas: desde las asimetrías y las políticas públicas</b>
11:30h-12:00h	Germán Rey. <i>Consultor especialista en industrias culturales, creatividad y desarrollo.</i>
12:00h-12:30h	<b>Cultura empresarial como motor de la economía creativa</b> Giep Hagoort. <i>Profesor de Arte y Economía de la Universidad de Utrecht.</i>
12:30h-13:00h	<b>Transformación y oportunidades el empleo en las industrias culturales</b> Maravillas Rojo. <i>Ex Secretaria General de Empleo. Ministerio de Trabajo e Inmigración de España.</i>
<b>Debate</b>	<b>Coloquio con los ponentes de la segunda sesión de la mañana</b>
13:00h-14:00h	
<b>14:00h-16:00h</b>	<b>Comida</b>

Tarde	
<b>ÁMBITO: NUEVOS ESPACIOS PARA LA CREATIVIDAD: LOS CENTROS CULTURALES DEL SIGLO XXI</b>	
<b>Coordinadora:</b> Miguel Zarzuela. <i>Director de la Oficina de Proyectos y Cooperación Cultural del Ayuntamiento de Zaragoza.</i>	
<b>Ponencias</b>	<b>¿Otros centros de arte? Del contenedor al contexto</b>
16:00h-16:30h	Tere Badia, <i>Directora de Hangar, Barcelona.</i>
16:30h-17:00h	<b>Del barrio al universo</b> Ricardo Ramón. <i>Director del Centro Cultural de España en Buenos Aires.</i>
<b>Debate</b>	<b>Coloquio con los ponentes de la primera sesión de la tarde</b>
17:00h- 17:30h	
<b>17:30h- 18:00h</b>	<b><i>Pausa café</i></b>
<b>Ponencias</b>	<b>Nuevo territorio de artes</b>
18:00h- 18:30h	Fabrice Lextrait. <i>Ex director de la Friche du Belle de Mai, Marsella.</i>
18:30h- 19:00h	<b>Madrid. Apoyo a la creación</b> Carlos Baztán Lacasa. <i>Coordinador General de Apoyo a la Creación del Área de las Artes, del Ayuntamiento de Madrid.</i>
19:00h- 19:30h	<b>Creatividad en la vivienda en Ámsterdam</b> Jaap Schoufour. <i>Director de Bureau Broedplaatsen de Ámsterdam.</i>
<b>Debate</b>	<b>Coloquio con los ponentes de la segunda sesión de la tarde</b>
19:30h- 20:00h	

<b>Viernes 26 de noviembre</b>	
<b>Mañana</b>	
<b>ÁMBITO: CULTURA Y DESARROLLO URBANO: DISTRITOS CULTURALES, CENTROS HISTÓRICOS, EVENTOS...</b>	
<b>Coordinador:</b> Montserrat Pareja. <i>Profesora de la Facultad de Economía y Empresa de la Universidad de Barcelona y Codirectora de las Jornadas Ciudades Creativas</i>	
<b>Ponencias</b>	<b>Cultura y planificación urbana. La experiencia de Gijón</b>
09:00h-09:30h	Paz Fernández Felgueroso. <i>Alcaldesa de Gijón.</i>
9:30h-10:00h	<b>El centro cultural del siglo XXI: consumo cultural, libertad y creatividad</b> Danilo Santos da Miranda. <i>Director SESC São Paulo.</i>
<b>Debate</b>	<b>Coloquio con los ponentes de la primera sesión de la mañana</b>
10:00h-11:00h	
<b>11:00h-11:30h</b>	<b><i>Pausa café</i></b>
<b>Ponencias</b>	<b>Las estrategias por sí solas no bastan ¿Qué es lo realmente creativo?</b>
11:30h-12:00h	Barbara Wendling. <i>Fundación Zollverein de Essen</i>
12:00h-12:30h	<b>Ciudades creativas: aspectos conceptuales y cuestiones de política pública</b> Allen J. Scott. <i>Profesor del Departamento de Geografía de la Universidad de Los Ángeles.</i>
12:30h-13:00h	<b>Espacios que dicen no</b> Patrizia Di Monte. <i>Arquitecta de Zaragoza</i> Vivienda Ignacio Grávalos. <i>Arquitecto</i>
<b>Debate</b>	<b>Coloquio con los ponentes de la segunda sesión de la mañana</b>
13:00h-14:00h	
<b>14:00h-16:00h</b>	<b><i>Comida</i></b>

Tarde	
<b>ÁMBITO: ARTE, TECNOLOGÍA Y CIUDAD: PRAXIS ARTÍSTICA, PRODUCCIÓN CULTURAL Y ACCESO CIUDADANO</b>	
<b>Coordinador:</b> Rubén Gutiérrez. <i>Coordinador de Estudios e Investigación de la Fundación Autor.</i>	
<b>Ponencias</b>	<b>Creatividad para todos</b>
16:00h-16:30h	George Yudice. <i>Profesor del Departamento de Lenguas y Literaturas Modernas de la Universidad de Miami.</i>
16:30h-17:00h	<b>Ecología de la Innovación: El caso del 22@Barcelona</b> Josep Miquel Piqué. <i>Consejero Delegado de la Sociedad 22@ de Barcelona.</i>
17:00h- 17:30h	<b>La ciudad como ficción total</b> Agustín Serra Bosquet. <i>Profesor de Comunicación Audiovisual. Universidad Europea de Madrid (U.E.M), Director General de Videar (Zaragoza), artista y compositor.</i>
17:30h- 18:00h	<b>Estrategias públicas para la transformación cultural a través de la tecnología: Milla Digital y el Centro de Arte y Tecnología (Zaragoza)</b> Ricardo Cavero. <i>Director general de Ciencia y Tecnología del Ayuntamiento de Zaragoza</i>
<b>Debate</b>	<b>Coloquio con los ponentes de la segunda sesión de la tarde</b>
18:00h-19:00h	
<b>Acto clausura</b>	José Ramón Insa. <i>Codirector de las Jornadas y coordinador de proyectos y Redes de Cultura del Ayuntamiento de Zaragoza del Ayuntamiento de Zaragoza.</i>
19:00h-19:30h:	Félix Manito. <i>Director de las Jornadas y presidente de la Fundación Kreanta.</i> María López Palacín. <i>Vicepresidenta primera de la Cámara de Comercio e Industria de Zaragoza.</i> Antonio Mostalac. <i>Director General de Cultura del Ayuntamiento de Zaragoza.</i>

### 3. RELACIÓN DE LAS INSTITUCIONES ASISTENTES

ADMINISTRACIÓN CENTRAL
AECID
Fundación Autor
Ministerio de Cultura de Paraguay
Ministerio de Trabajo e Inmigración de España
SEBRAE
Secretaria do Trabalho, Emprego, Renda e Esporte - Governo do Estado da Bahia

ADMINISTRACIÓN AUTONÓMICA
Cortes de Aragón
Generalitat de Catalunya
Gobierno de Aragón
Junta de Andalucía

ADMINISTRACIÓN LOCAL	
Ayuntamiento de Tournefeuille	Ayuntamiento de Olivares
Ayuntamiento de Alcorcón	Ayuntamiento de Rivas VaciaMadrid
Ayuntamiento de Ámsterdam	Ayuntamiento de Roquetas de Mar
Ayuntamiento de Barcelona	Ayuntamiento de Sant Boi de Llobregat
Ayuntamiento de Blanes	Ayuntamiento de Sant Cugat del Vallès
Ayuntamiento de Calp	Ayuntamiento de Sant Feliu de Llobregat
Ayuntamiento de Cariñena	Ayuntamiento de Soria
Ayuntamiento de Caudete	Ayuntamiento de Tarragona
Ayuntamiento de Córdoba	Ayuntamiento de Telde
Ayuntamiento de Donostia- San Sebastián	Ayuntamiento de Terrassa
Ayuntamiento de Gijón	Ayuntamiento de Utebo
Ayuntamiento de Granollers	Ayuntamiento de Tournefeuille

ADMINISTRACIÓN LOCAL	
Ayuntamiento de Huesca	Ayuntamiento de Zaragoza
Ayuntamiento de La Puebla de Alfindén	Ayuntamiento del Prat de Llobregat
Ayuntamiento de Madrid	Diputación de Barcelona
Ayuntamiento de Málaga	Diputación de Lleida

INSTITUCIÓN*
Ares -Aragón Escena-
Asociación Castillos De Aragón
Asociación Cultural Sundari
Asociación Multilateral
Caja Ahorros De La Inmaculada (CAI)
Cámara de Comercio e Industria de Zaragoza
Ebrópolis
Federación Asociaciones Barrios de Zaragoza (FABZ)
Fundació AAVC-Hangar
Fundación Autor
Fundación Contemporánea
Fundación Municipal Teatro Gayarre
Fundess
La Ventana Cultural
Nau Ivanow
Proyectacultura
Sesc São Paulo

\*En la categoría "Instituciones" se ha incorporado lo que se denomina 3<sup>er</sup> sector y que engloba mundo asociativo, entidades, fundaciones, etc.

<b>EMPRESA</b>	
97 s&f, s.l.	La Caixa
Agencia Barbara Wendling gmbh	La Fábrica
C2+i, cultura+comunicación+innovación	Ladrús S.L.
Cadena Ser Aragón	Lks Ingeniería
Compañía Increpación Danza	Murcia Cultural, S.A.
Editorial Planeta deAgostini	Proyecto Creativo Rafa Armero
Embocadura	Revista de Gestión y Cultura
Estudio arquitectura Ateliers Jean Nouvel	Servicios Integrales de Consultoría, S.L.
Estudio Novo	Tannhauser Estudio
Fira, S.L.	Tenzing Media
Granollers Escena, s.l.	Territorio Detroit
Grupo Eulen	Videar
Imaginarium	Vilabronx S.L. - Saia-Art
Kultiba Cambios Culturales	Oikos

<b>UNIVERSIDAD</b>	
Leeds University, Reino Unido	Universidad de Miami
Universidad Complutense de Madrid	Universidad de Utrecht, Holanda
Universidad de Barcelona	Universidad de Valencia
Universidad de Cádiz	Universidad de Zaragoza
Universidad de Deusto, Bilbao	Universidad Javeriana, Bogotá (Colombia)
Universidad de Lleida	

#### 4. PERFIL DE LOS ASISTENTES

Las III Jornadas de la Fundación Kreanta “Ciudades Creativas” han contado con un total de 190 asistentes, teniendo en cuenta el número de personas inscritas y el de participantes en el programa. Así, por un lado, las Jornadas tuvieron un total de 162 inscritos, de los cuales 120 fueron de pago y 42 invitados por las instituciones organizadoras y colaboradoras. Y, por otro lado, contaron con un total de 28 participantes del programa entre ponentes, coordinadores, moderadores e instituciones colaboradoras.

A continuación analizaremos el perfil de los asistentes por lo que respecta a diversos aspectos como son el género, el ámbito institucional, el sector del que provienen, su cargo, entre otros. De cada aspecto veremos los resultados en forma de tabla a tres niveles: el perfil de los inscritos, el perfil de los participantes en el programa y un último perfil teniendo en cuenta la globalidad de los asistentes.

Además, al final se incluye un apartado donde se lleva a cabo un análisis comparado y evolutivo sobre los perfiles de los asistentes por lo que respecta a las tres ediciones celebradas de las Jornadas (2008, 2009 y 2010) según los aspectos analizados.

##### 4.1 Asistentes según género

		TOTAL	HOMBRES	MUJERES
INSCRITOS	total	162	86	76,000
	%	100	53,09	46,91
PARTICIPANTES EN EL PROGRAMA	total	28	20,00	8,00
	%	100	71,43	28,57
TOTAL ASISTENTES	total	190	106	84
	%	100	55,79	44,21

#### 4.2 Asistentes según ámbito institucional

		TOTAL	ADMINISTRACIÓN CENTRAL	ADMINISTRACIÓN AUTONÓMICA	ADMINISTRACIÓN LOCAL	INSTITUCIONES*	EMPRESA	UNIVERSIDAD
INSCRITOS	total	162	5	8	65	25	38	21
	%	100	3,09	4,94	40,12	15,43	23,46	12,96
PARTICIPANTES EN EL PROGRAMA	total	28	2	1	11	4	3	7
	%	100	7,14	3,57	39,29	14,29	10,71	25,00
TOTAL ASISTENTES	total	190	7	9	76	29	41	28
	%	100	3,68	4,74	40,00	15,26	21,58	14,74

\*En la categoría "Instituciones" se ha incorporado lo que se denomina 3<sup>er</sup> sector y que engloba mundo asociativo, entidades, fundaciones, etc.

#### 4.3 Asistentes según cargo

		TOTAL	ELECTOS	DIRECTIVOS	TÉCNICOS
INSCRITOS	total	162	10	91	61
	%	100	6,17	56,17	37,65
PARTICIPANTES EN EL PROGRAMA	total	28	3	19	6
	%	100	10,71	67,86	21,43
TOTAL ASISTENTES	total	190	13	110	67
	%	100	6,84	57,89	35,26

#### 4.4 Asistentes según lugar de procedencia

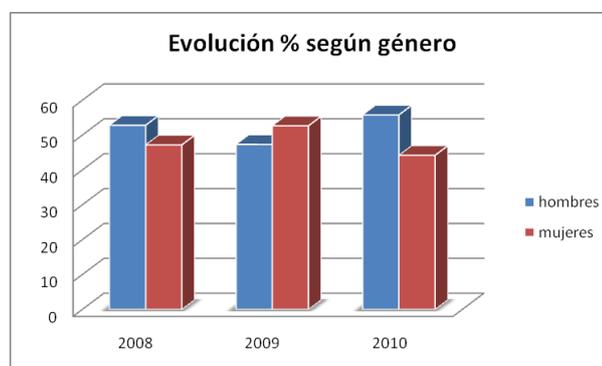
		TOTAL	ARAGÓN	RESTO DEL ESTADO	EXTRANJEROS
INSCRITOS	total	162	66	84	12
	%	100	40,74	51,85	7,41
PARTICIPANTES EN EL PROGRAMA	total	28	10	8	10
	%	100	35,71	28,57	35,71
TOTAL ASISTENTES	total	190	76	92	22
	%	100	40,00	48,42	11,58

#### 4.5 Asistentes según sector temático de procedencia

		TOTAL	CULTURAL	TERRITORIAL	ECONÓMICO	SOCIAL
INSCRITOS	total	162	98	16	21	27
	%	100	60,49	9,88	12,96	16,67
PARTICIPANTES EN EL PROGRAMA	total	28	13	7	6	2
	%	100	46,43	25,00	21,43	7,14
TOTAL ASISTENTES	total	190	111	23	27	29
	%	100	58,42	12,11	14,21	15,26

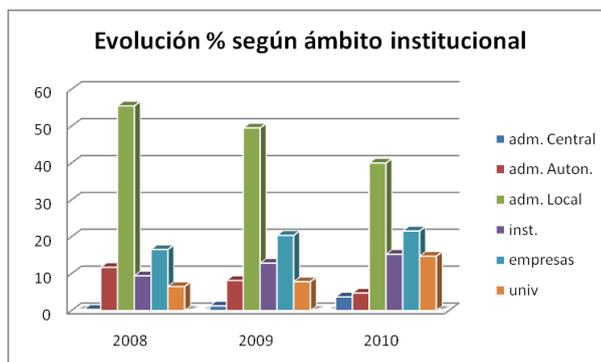
#### 4.6 Evolución perfiles de los asistentes 2008-2010

Por lo que respecta al género, a partir del gráfico podemos observar cómo en 2010 se ha repetido la situación de 2008 en la que el número de hombres era superior al de mujeres. No obstante, la diferencia en 2010 entre ambos géneros es mayor que en las dos ediciones anteriores. En 2009 fue el único año en que la asistencia de público femenino fue mayor al masculino.

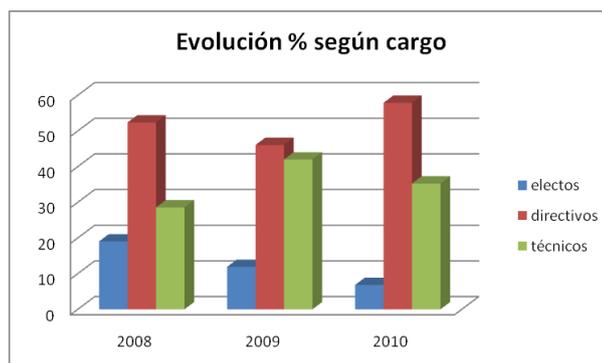


Respecto al ámbito institucional de procedencia, a grandes rasgos vemos que la presencia de la administración autonómica es la predominante en las tres ediciones. En el caso del 2008 el orden (de mayor a menor presencia) era el siguiente: administración local, empresas, administración autonómica, instituciones (tercer sector), universidades y administración central. En el 2009, administración local y empresas continúan siendo las predominantes, seguido de administración autonómica, instituciones (tercer sector), universidades y administración central. En el caso del 2010, administración local y empresas siguen siendo las más presentes, seguidas como en 2009 por instituciones, pero con la diferencia que la presencia de las

universidades por primera vez supera a la de la administración local y la central que quedan en últimos lugares. Observamos pues que el peso de la administración central ha ido creciendo paulatinamente a lo largo de los tres años, mientras que el de la administración autonómica y local ha ido disminuyendo (siempre manteniéndose a una gran distancia la presencia de la administración local respecto a la autonómica y central). Por otro lado, la presencia del tercer sector ha ido en aumento en las tres ediciones, igual que ha sucedido con las empresas y las universidades.

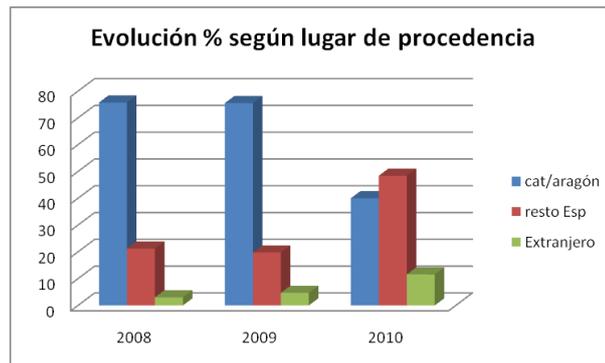


En referencia al cargo que poseen las personas asistentes a las Jornadas, en las tres ediciones han predominado los directivos (entre el 45% el año que menor presencia en 2009 y el 58% el que más en 2010), seguidos por los técnicos y en tercer lugar los electos. Se observa, también, una tendencia a la baja de cargos electos durante estos tres años, mientras que el porcentaje de técnicos ha ido variando según la edición, ya que pasó de un 28% en 2008 a un 35% en 2009 y un 32% en 2010.

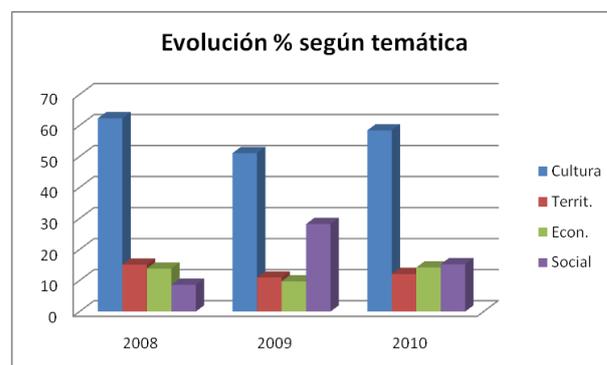


Si nos fijamos en el lugar de procedencia de los asistentes, podemos ver que en 2008 y 2009 más del 70% provenían de la región donde se celebraban las Jornadas (Catalunya), seguido por otros municipios del resto de España (en un 20% aproximadamente) y por último de fuera de España. Por otro lado, observamos que en 2010 se han producido los cambios más significativos, ya que por primera vez los

provenientes de la región donde se han celebrado las Jornadas (Aragón) son menos que los del resto de España, y, además, la proporción de éstos últimos ha crecido ampliamente, pasando de alrededor de un 20% en 2008 y 2009 a casi un 50% en 2010. Es debido al aumento de gente procedente del resto de España y de fuera (los extranjeros han pasado de representar el 3-4% en 2008 y 2009 a hacerlo en un 11% en 2010) que los asistentes de la región de las Jornadas han pasado a representar casi un 30% menos comparado con las dos ediciones anteriores.



Por último, respecto a la temática, en las tres ediciones han predominado los asistentes con un perfil cultural (entre el 50% y el 60%). En 2008 el orden de los cuatro tipos de sectores de proveniencia de los asistentes era el siguiente: cultural, territorial, económico y social. En 2009 el social pasó a ser del último al segundo, incrementándose en un 20% respecto al año anterior, seguido por el territorial y el económico. En 2010 el sector cultural es el mayoritario (58%) seguido bastante de lejos por el social (15%), y por primera vez el económico no queda en último lugar, sino que lo hace el sector territorial.



## 5. COMUNICACIÓN Y DIFUSIÓN

INSTITUCIÓN	MEDIO	FECHA	INDICADOR
Fundación Kreanta	Web	julio-noviembre	5.524 visitas
Ayuntamiento de Zaragoza	Web	julio-noviembre	
Procura	Web	julio-noviembre	
Ebrópolis	Web	agosto-noviembre	
CIDEU	Web	septiembre-noviembre	
Asociación de Profesionales de la Gestión Cultural de Cataluña	Web	octubre-noviembre	
Facebook	Internet	julio-noviembre	Más de 700 amigos
Fundación Kreanta	Correo electrónico	julio-noviembre	10.000 direcciones
Gestión y Cultura	Correo electrónico	octubre-noviembre	19.000 direcciones
Asociación de Profesionales de la Gestión Cultural de Cataluña	Correo electrónico	octubre-noviembre	600 direcciones
Procura	Correo electrónico	julio-noviembre	
Ebrópolis	Correo electrónico	agosto-noviembre	
Fundación Kreanta	Programa genérico imprimido	julio	5.000 **
Fundación Kreanta	Programa genérico imprimido	julio	5.000*
Fundación Kreanta	Programa detallado imprimido	noviembre	5.000 **
Fundación Kreanta	Programa detallado imprimido	noviembre	5.000*
Ayuntamiento de Zaragoza	Noticias prensa	septiembre-noviembre	15 noticias
Ayuntamiento de Zaragoza	Entrevistas radio y televisión	septiembre-noviembre	40 entrevistas
Ayuntamiento de Zaragoza	Streaming	noviembre	1.500 personas
Twitter	noviembre		5.000 personas

\* Enviados por correo postal a los ayuntamientos de más de 5.000 habitantes de toda España a las áreas de cultura, urbanismo y promoción económica y a la base de datos de la Fundación Kreanta.

\*\* Distribuidos por centros universitarios y culturales de España.

## **6. EVALUACIÓN**

En este apartado se muestran los resultados obtenidos a partir de las encuestas de evaluación entregadas en las III Jornadas en la carpeta del material junto con el resto de documentación. En total se han recopilado 46 evaluaciones (19 durante las mismas Jornadas y 27 a través de correo electrónico durante un período posterior de 15 días a éstas).

El cuestionario constaba de 3 grandes puntos, todos ellos con una parte de respuestas cerradas y a puntuar y otra parte de tipo totalmente abierto.

El primer apartado se refería a la institución y el canal de comunicación a través del cual las personas habían tenido conocimiento de la realización de las Jornadas. Respecto al apartado de preguntas abiertas se pedía la opinión sobre los aspectos de información y comunicación y propuestas de mejora en referencia a éstos. El segundo punto del cuestionario hacía referencia a los contenidos de las sesiones. Se trataba de valorar en una escala del 1 al 10 (siendo 1 lo peor y 10 lo mejor) los contenidos de las Jornadas respecto a cada uno de los cuatro ámbitos, incluyendo la valoración de cada uno de los ponentes, así como una a nivel global. La pregunta abierta se refería a posibles temas y contenidos que interesaría a los asistentes que se abordaran en las IV Jornadas. Por último, el tercer punto sobre la organización en general del evento pretendía valorar en una escala del 1 (muy poco) al 6 (excelente) los diferentes aspectos de las Jornadas en relación a la adecuación de los espacios, la atención recibida, el material entregado, los servicios ofrecidos de las pausas café y la relación calidad-precios de las Jornadas. Además, se incluía un apartado de respuesta abierta sobre aspectos a mejorar o revisar de las Jornadas.

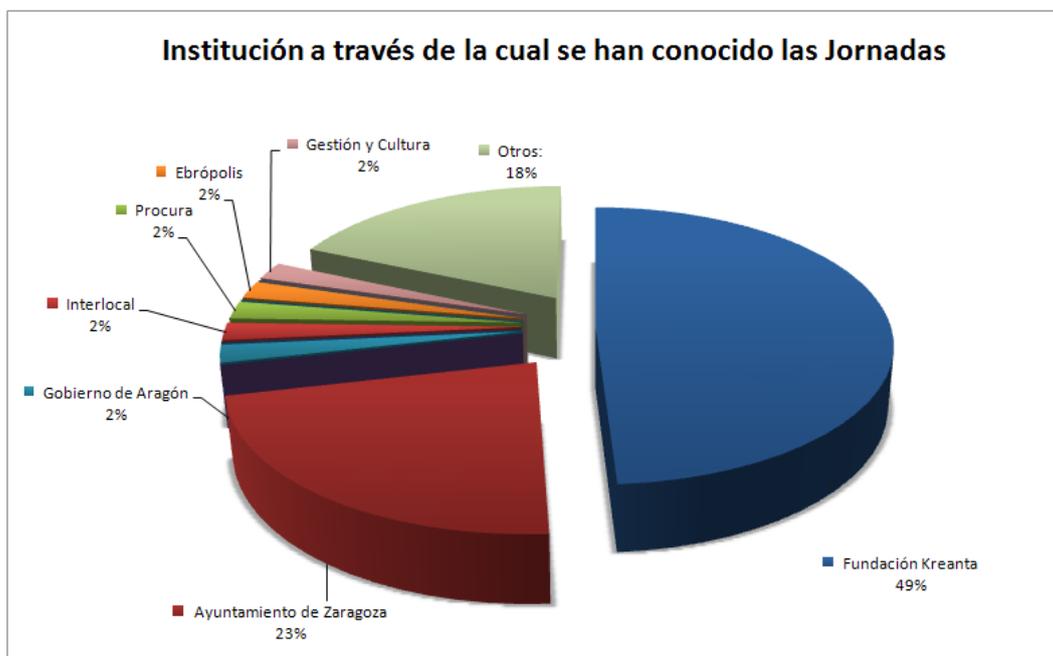
### **6.1 Información**

En el primer apartado de Información la intención era conocer, en primer lugar, a través de qué institución se había recibido la información de la celebración de las II Jornadas y, en segundo lugar, los canales mediante los cuales se había recibido dicha información.

De esta manera, en primer lugar, por lo que respecta a la pregunta “¿A través de qué institución tuviste conocimiento de la organización de las Jornadas?” existían estas posibles respuestas a marcar con una cruz (X):

<b>Fundación Kreanta</b>		<b>Procura</b>	
<b>Ayuntamiento de Zaragoza</b>		<b>CIDEU</b>	
<b>Ministerio de Cultura</b>		<b>Milla Digital</b>	
<b>Agencia Española de Cooperación (AECID)</b>		<b>Ebrópolis</b>	
<b>Gobierno de Aragón</b>		<b>Federación Española de Municipios</b>	
<b>Diputación de Zaragoza</b>		<b>Gestión y Cultura</b>	
<b>Grupo Eulen</b>		<b>Otros:</b>	
<b>Interlocal</b>			

Respecto a esta pregunta, del total de respuestas obtenidas cabe señalar que algunas personas marcaron dos o más opciones: dos personas dijeron que habían recibido la información a través de dos instituciones diferentes y otra que lo había hecho a través de cuatro. Los resultados respecto a la primera pregunta se muestran en el gráfico que se presenta a continuación y en el que no aparecen las instituciones a través de las cuales ningún asistente ha marcado en la encuesta que recibió la información (por lo tanto, no aparecen CIDEU, Ministerio de Cultura, Milla Digital, AECID, Federación Española de Municipios, Diputación de Zaragoza y Grupo Eulen):



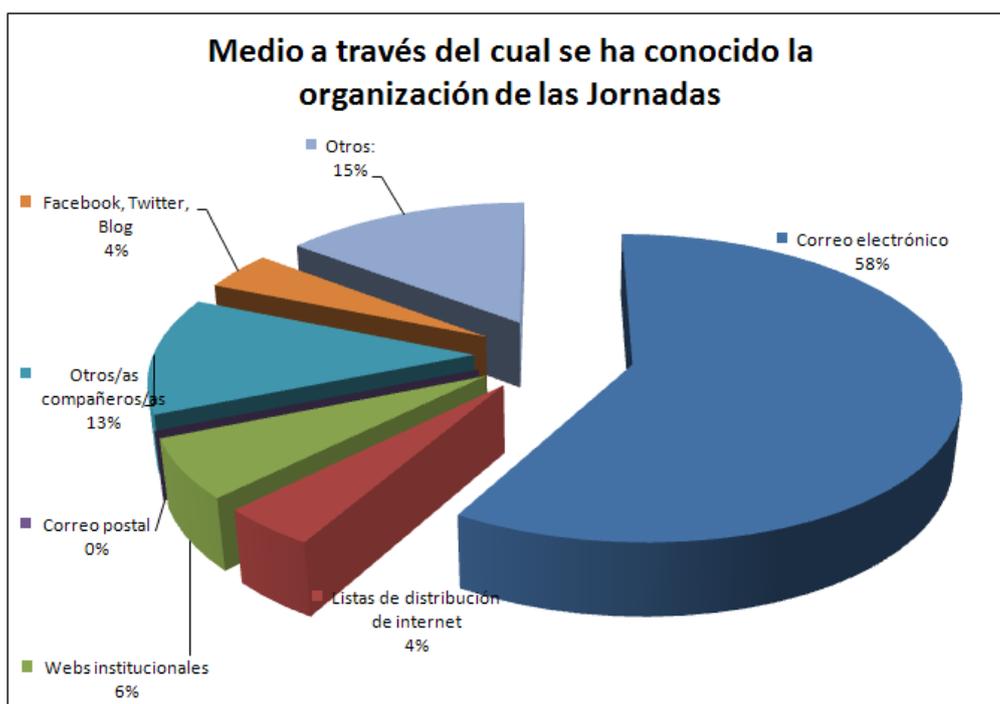
Como podemos observar la mayoría de personas que contestaron el cuestionario tuvieron conocimiento de las Jornadas a través de la Fundación Kreanta (casi la mitad). El Ayuntamiento de Zaragoza como coorganizador del evento fue la segunda

institución a través de la cual las personas recibieron la información, seguida por la opción “otros”. Las instituciones por las que se recibió un porcentaje menor de información fueron el Gobierno de Aragón, Interlocal, Procura, Ebrópiolis y Gestión y Cultura, todas representando un 2%.

En segundo lugar, en la pregunta “¿A través de qué medio de comunicación te llegó la información acerca de las Jornadas?”, las posibles opciones a marcar con una cruz (X) eran éstas:

Correo electrónico	Anuncio prensa	
Listas de distribución de internet	Otros/as compañeros/as	
Webs institucionales	Facebook, Twitter, Blog	
Correo postal	Otros:	

Respecto a esta pregunta, del total de respuestas dadas cabe señalar que cuatro personas han marcado dos opciones. Los resultados respecto a la segunda pregunta se muestran en el gráfico que se presenta a continuación:



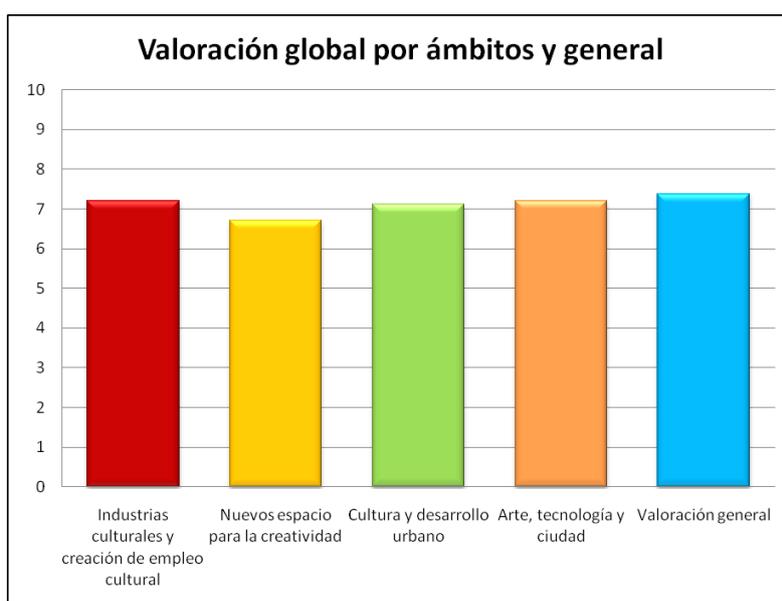
Como podemos apreciar en el gráfico que encontraremos seguidamente, podemos constatar el gran peso que tienen las nuevas tecnologías ya que más del 70% de los encuestados dicen haber recibido la información de las Jornadas a través de algún medio relacionados con las nuevas tecnología (correo electrónico, listas de distribución de internet, webs institucionales, redes sociales) y por el contrario ninguna persona ha

dicho haberla recibido a través del correo postal tradicional. Cabe señalar, también, la importancia del “boca-oreja” ya que un 12% de las personas afirman haber tenido conocimiento a través de “Otros compañeros/as”.

## 6.2 Contenido de las jornadas

El contenido de las Jornadas se ha evaluado a partir de dos datos: la nota media de cada ámbito y la nota media de la globalidad de las Jornadas. En referencia al primer aspecto, el cálculo de la nota media de cada ámbito se ha obtenido a partir de las notas medias que han recibido cada uno de los ponentes de cada ámbito, ya que en el cuestionario se pedía puntuar con una nota del 1 al 10 (siendo 1 la peor y 10 la mejor) a todos los ponentes de cada uno de los cinco ámbitos del programa. La nota media de la valoración de la globalidad de las Jornadas formaba parte de un segundo subapartado donde se pedía la puntuación (también del 1 al 10) en relación al propio interés y las expectativas personales y profesionales de cada asistenta en respuesta a la pregunta: “¿Qué valoración haces del conjunto de las Jornadas?”. Y, por tanto, no es un dato extraído a partir de las notas medias de cada ámbito. Cabe señalar que para hacer el recuento de puntuaciones solo se han tenido en cuenta las encuestas que tenían respuesta.

De esta manera en el siguiente gráfico se presenta, por un lado, la nota media de cada ámbito, obtenida a través de la media de los ponentes del ámbito correspondiente, y que corresponde a las cinco primeras barras. Y, por otro lado, aparece la nota media de la valoración global de las Jornadas (última barra de la derecha del gráfico).

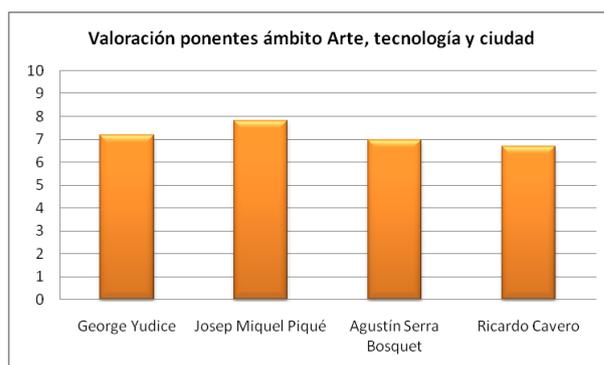
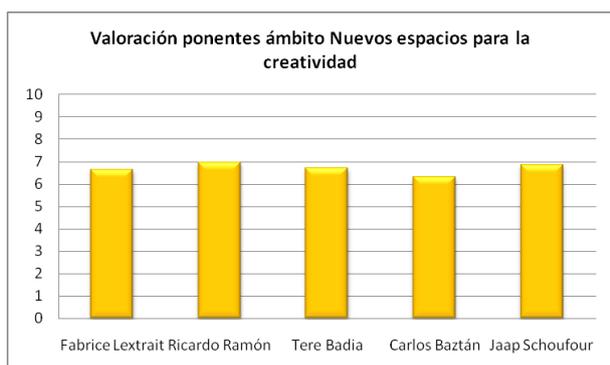
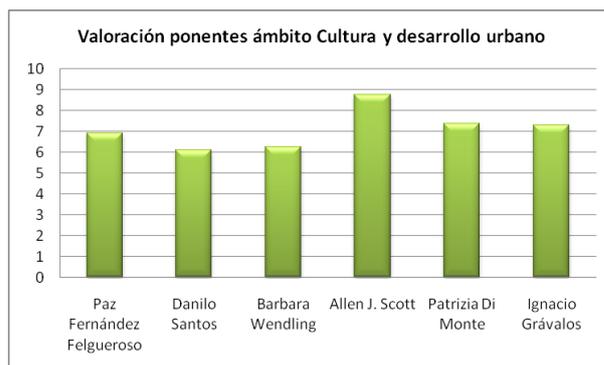
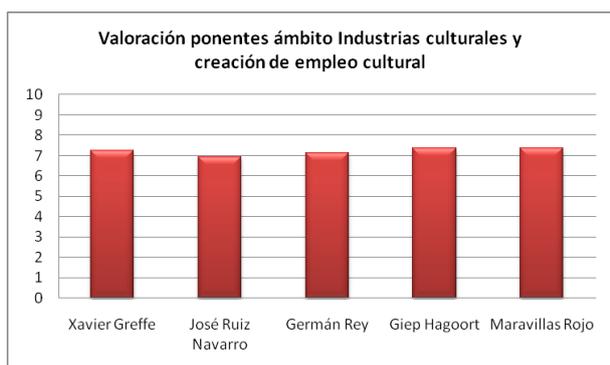


Si observamos el gráfico anterior (también nos podemos ayudar de la tabla que de muestra más abajo) en primer lugar, se puede ver que todos los ámbitos presentan una nota superior al 6,5. Los ámbitos mejor puntuados son (empatados con una nota de 7,21) “Industrias culturales y creación de empleo cultural” y “Arte, tecnología y ciudad”. En segundo lugar el que trataba “Cultura y desarrollo urbano” y en tercer y último lugar el de “Nuevos espacio para la creatividad”.

En segundo lugar, podemos observar que la nota media de la valoración general supera el 7. Por eso podemos decir que en general la valoración de los contenidos de las jornadas es de un notable.

ÁMBITO	PONENTE	VALORACIÓN PONENTE	VALORACIÓN ÁMBITO
Industrias culturales y creación de empleo cultural	Xavier Greffe	7,26	
	José Ruiz Navarro	6,93	
	Germán Rey	7,15	
	Giep Hagoort	7,36	
	Maravillas Rojo	7,37	7,21
Nuevos espacio para la creatividad	Fabrice Lextrait	6,65	
	Ricardo Ramón	6,98	
	Tere Badia	6,72	
	Carlos Baztán	6,33	
	Jaap Schoufour	6,86	6,71
Cultura y desarrollo urbano	Paz Fernández Felgueroso	6,91	
	Danilo Santos	6,11	
	Barbara Wendling	6,24	
	Allen J. Scott	8,73	
	Patrizia Di Monte	7,37	
	Ignacio Grávalos	7,30	7,11
Arte, tecnología y ciudad	George Yudice	7,18	
	Josep Miquel Piqué	7,80	
	Agustín Serra Bosquet	6,98	
	Ricardo Cavero	6,69	7,21
Valoración general		7,37	

Respecto a los ponentes, en la tabla superior podemos ver en verde el ponente mejor valorado de cada ámbito y en rojo el peor. Y si paramos atención a los ponentes en global, podemos observar que el mejor puntuado es Allen J. Scott con un 8,73 y el peor valorado Danilo Santos con un 6,11. A continuación se muestran estas puntuaciones a través de cuatro gráficos, que se corresponden con cada uno de los ámbitos y donde se muestra la puntuación de los correspondientes ponentes.



### 6.3 Organización general

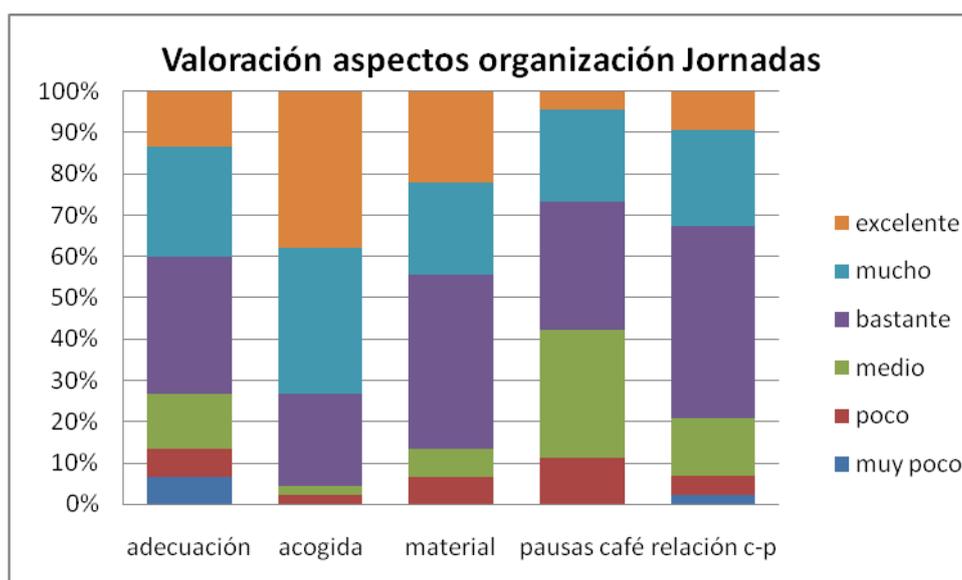
Por último, el tercer punto del cuestionario permitía evaluar a los asistentes diversos aspectos respecto a la organización del evento. Concretamente los aspectos a puntuar del 1 al 6 (siendo 1 “muy poco”, el 2 “poco”, el 3 “medio”, el 4 “bastante”, el 5 “mucho”, el 6 “excelente”) eran los siguientes:

- **Adecuación, disposición y recursos técnicos del espacio donde se realizaron las Jornadas** (“**adecuación**” de ahora en adelante)
- **Acogida, información y atención por parte de la organización** (“**acogida**” de ahora en adelante)
- **Material y documentación entregada** (“**materia**l” de ahora en adelante)

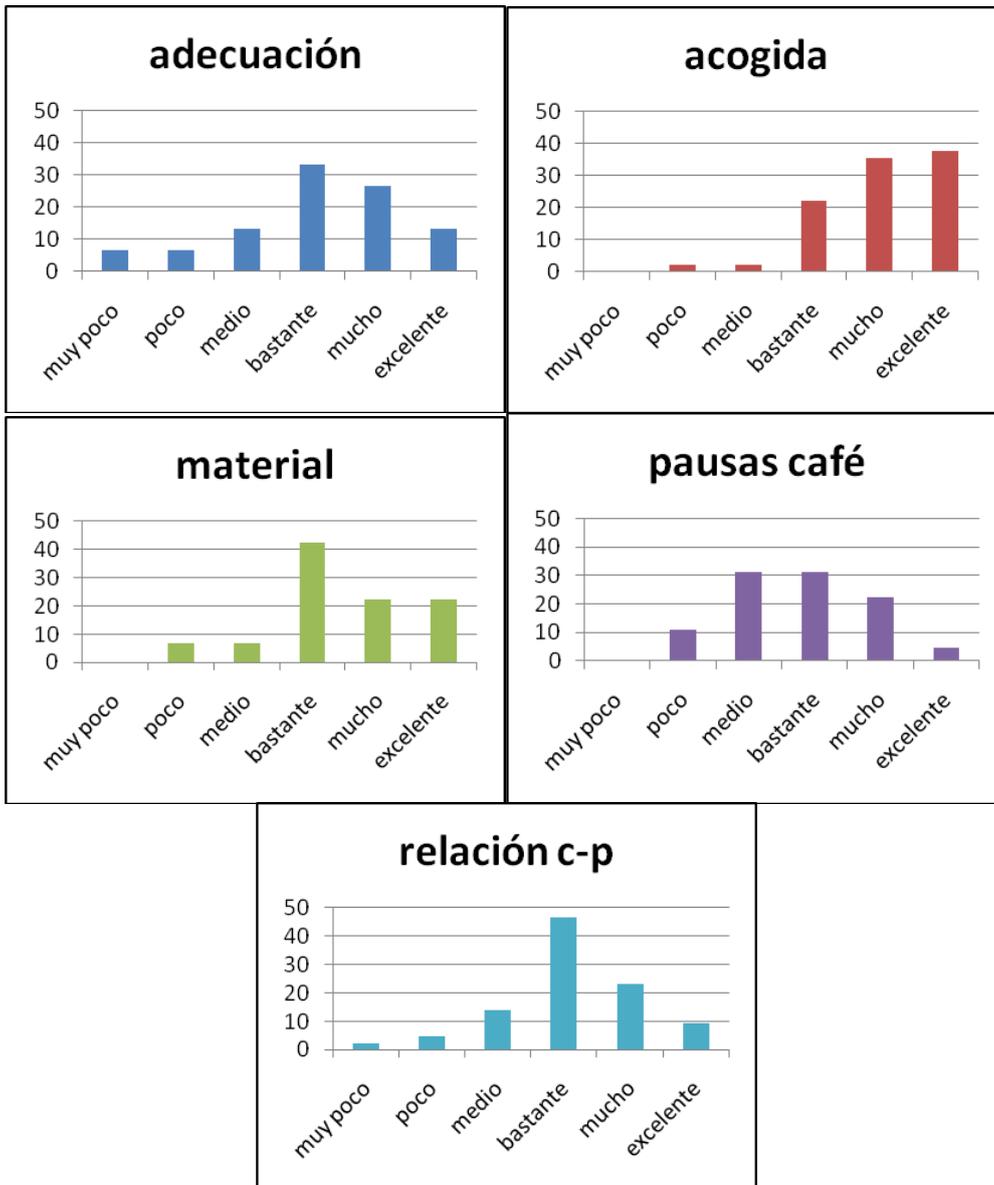
- **Servicios y oferta de las pausas café** (“pausas café” de ahora en adelante)
- **Relación calidad-precio** (“relación c-p” de ahora en adelante)

Antes de pasar a desglosar en gráficos cada uno de los cinco aspectos, en la tabla y el gráfico siguientes encontramos los resultados de todas las puntuaciones obtenidas. La mejor puntuación ha sido para el aspecto de “acogida”. El aspecto menos valorado ha sido el de “adecuación”, aún así más del 50% de los encuestados lo han valorado entre “bastante y mucho”. El material ha tenido una puntuación de entre “bastante y mucho”, igual que el caso de la “relación calidad-precio”. Las “pausas-café” han tenido una valoración entre “medio y bastante”. De esta manera podemos concluir que la organización de las Jornadas recibe una valoración global que podría ser equivalente a un bien.

	adecuación	acogida	material	pausas café	relación c-p
<b>muy poco</b>	6,7%	0,0%	0,0%	0,0%	2,3%
<b>poco</b>	6,7%	2,2%	6,7%	11,1%	4,7%
<b>medio</b>	13,3%	2,2%	6,7%	31,1%	14,0%
<b>bastante</b>	33,3%	22,2%	42,2%	31,1%	46,5%
<b>mucho</b>	26,7%	35,6%	22,2%	22,2%	23,3%
<b>excelente</b>	13,3%	37,8%	22,2%	4,4%	9,3%



A continuación se presentan en forma de gráficos individuales los resultados de las puntuaciones de cada uno de los cinco aspectos a evaluar.



## 7. DOSSIER FOTOGRÁFICO























